4e édition

OPEN de RENNES

INTERNATIONAUX DE TENNIS MASCULIN

12 au 18 OCTOBRE 09

salle Colette Besson
complexe sportif
Bréquigny

ATP CHALLENGER TOUR

Associez l'image de votre entreprise à l'Open

Espace VIP

haut de gamme

Restauration assurée par Léon Cochon

Service de voituriers assuré par SOBREDIA

un événement Org' Events

Parc de la Bretèche - Bât' O - 35760 Saint-Grégoire

Tél. : 02 99 23 15 11 - e-mail : tserre@org-events.com

ORIGINAL CONCEPT

BretagnEco P2:Bretagne economique 30/01/09 15:43 Page 43

GIBOIRE GROUPE
SELECTIONS

BUREAUX A LOUER

- **48 m²** - 2 pièces, réserve, Bon état. Libre. **RENNES OUEST**
- **50 m²** - 3 pièces, libre **CENTRE RENNES**
- **65 m²** - 2 pièces - 1 salle. Libre. **CENTRE RENNES**
- **78 m²** - 4 pièces, bon état Libre. Pour libéral **RENNES NORD**
- **85 m²** - Rdc vitrine Accueil + 4 pièces, libre **RENNES OUEST**
- **167 m²** - 2 pièces + grand open space, libre **RENNES EST - CESSON**
- **173 m²** - 6 pièces, grande salle, 4 parkings, libre **CESSON**
- **285 m²** - cloisons à convenance, 8 pk, libre - **RENNES NORD**

BUREAUX AUTONOMES A LOUER

- **205 m²** - RDC, immeuble neuf, 7 parkings, libre - **RENNES OUEST**
- **235 m²** - Bureaux standing, rénovation XVII[e] - Disponibles **PLEIN CENTRE RENNES**

- **3 306 m²** ou 1 372 m² et 1 935 m² Bureaux neufs "ANTARES" Livraison rapide - **RENNES SUD**

Autres sites, nous consulter

14, rue de Plélo - Colombier - 35000 RENNES
Tél. 02 23 42 42 42 - Fax 02 99 30 21 28
E. Mail : p.guimont@giboire.fr - r.milon@giboire.fr

JTB
Rapprochement & transmission d'entreprises

Affaires à céder (Grand Ouest)

1. Chaudronnerie - Métallerie et matériel spécialisé pour l'élevage
C.A. > 1 700 K€
Clientèle : 100 % pros
2. Distribution de matériel de motoculture, quads et voiturettes
C.A. > 1 600 K€
Clientèle : pros et particuliers

Affaires recherchées

Recherchons pour investisseurs nationaux, des entreprises de :
- Construction bâtiments d'élevage, (35-53-44) , CA > 1 500 K€
- Terrassement voierie réseau assainissement, (35-53-44), CA > 2 000 K€
- Maçonnerie Gros œuvre, (35-22-56), effectif 15 à 30 personnes.
- Génie électrique ou génie climatique, clientèle professionnelle (Pays de Loire, Poitou Charente), CA 2 000 K€ environ
- Construction bâtiments industriels clé en main, (35-44), CA > 2 000 K€

1. Entreprise de transport sur courtes distances de produits vinicoles
CA > 500 K€
2. Entreprise de transport de divers produits alimentaires en citernes exploitant 68 ensembles
CA 14 M€
3. Entreprise de lavage de citernes de transport réalisant 230 lavages/mois
CA 1 M€
4. Entreprise installation et entretien de piscines et accessoires
CA > 2 M€
5. Entreprise de transport de marchandises, lignes quotidiennes et régulières
CA > 1 M€
6. Entreprise de peinture industrielle
CA > 1,5 M€

Pour toute demande de renseignement, achat, cession

JTB ENTREPRISES :

RENNES
Félix JOLIVET
Le Quirinal • 16, mail Anne-Catherine
35000 Rennes
Tél 02 23 400 400 - Fax 02 23 400 403
E-mail : contact@jtbconseil.fr

NANTES
Jacques THIÉBAUT
16, rue Marie-Anne du Boccage
44000 Nantes
Tél 02 40 69 29 90 ou 06 11 88 75 24
E-mail : jtb.jtr@wanadoo.fr

INDEX DES ANNONCEURS

ABAKA	P.31
ACREAT	P.29
ART BOX	P.6
CLOITRE IMPRIMEURS	P.19
COBI ENGINEERING	P.17
FACET INGENIERIE	P.39
MODULE CREATION	P.15
ORDRE DES AVOCATS	P.41
OPEN DE RENNES	P.44
OUEST INDUSTRIES	P.2
RADIANCE	P.27
RENAULT	P.4
SERUPA	P.7
SFR	P.11
SOFAG	P.8
SUPENERGIE	P.28
UNIVERSITE DE RENNES 1	P.12
WISUCAM	P.9
PA	P.43

ICI

VOTRE PETITE ANNONCE

A PARTIR DE **143 €**

Tél. 02 99 25 41 37
annie.renault@bretagne.cci.fr

BretagnEco P2:Bretagne economique 30/01/09 15:43 Page 42

Bulletin d'abonnement

à retourner à Bretagne Économique
1, rue du Général-Guillaudot - CS 14422 - 35044
RENNES Cedex - Tél. 02 99 25 41 37

☐ **Je choisis de m'abonner à Bretagne Économique**

☐ 1 an d'abonnement = 35 €*
Offre valable jusqu'au 31 décembre 2009

*TVA 5,5 % incluse.

Société .....
Destinataire .....
Adresse .....
.....
Ville .....
Code postal .....
Tél. .....
Fax .....
Code APE .....

Signature ou cachet

Date .....

ABONNEZ-VOUS À

Bretagne économique
Le rendez-vous de l'entreprise

35 € au lieu de 41,20 €

8 numéros dont la prochaine édition du Palmarès

Commandez le fichier des 600 premières entreprises bretonnes

✓ Les classements, par chiffre d'affaires et par secteur d'activités

✓ Les coordonnées des entreprises (noms des dirigeants, adresses, téléphones, fax...)

Sur CD-rom PC

Tél. 02.99.25.41.37

BretagnEco P2:Bretagne economique 30/01/09 15:43 Page 41

LE PARTENARIAT PUBLIC-PRIVÉ

Ouverture et aspects pratiques pour les entreprises

Comme le confirme l'actualité et les plans de relance envisagés, la commande publique peut constituer un moteur puissant de l'activité économique. Du fait de son financement et de la nature des demandes, elle est encadrée par un dispositif juridique précis. Le partenariat public-privé (PPP) désigne ainsi les formes de coopération de l'administration avec le secteur privé en vue de la réalisation, du financement et de l'exploitation d'un ouvrage ou d'un service public.

Le premier modèle de partenariat public-privé en est la délégation de service public, limitée à l'exécution par un tiers d'un service public, sa rémunération étant liée aux résultats de l'exploitation.

Aujourd'hui, l'accroissement des besoins collectifs a fait évoluer les techniques contractuelles administratives faisant apparaitre d'autres formes de PPP tels que les **contrats sectoriels** de 2002 et 2003 (police, gendarmerie, justice, défense, santé), et récemment les **contrats de partenariats** (CP) initiés par l'ordonnance n° 2004-559 du 17 juin 2004 modifiée par la loi n° 2008-735 du **28 juillet 2008**.

Ces derniers constituent désormais le droit commun des PPP et ont vocation à s'appliquer de façon générale. Inspiré directement du modèle britannique du Private Finance Initiative, le CP représente la forme la plus aboutie de partenariat public-privé. La globalité de l'objet, l'évaluation préalable et la rémunération étalée dans le temps sont les principales caractéristiques qui les différencient des autres contrats de la commande publique.

L'administration doit respecter les exigences constitutionnelles de motifs d'intérêt général (égalité devant la commande publique, protection des propriétés publiques et bon usage des deniers publics). La mission globale porte sur la construction ou la rénovation de bâtiments, leur financement, leur maintenance et leur entretien, leur exploitation et peut comporter outre la conception, la prestation de services annexes concourant à l'exercice par la personne publique de la mission de service public dont elle est chargée. L'évaluation préalable permet de justifier son choix de recourir au contrat de partenariat. Cette étape essentielle permet au juge d'exercer son contrôle et d'en vérifier les conditions du recours, lesquelles sont assez restrictives (urgence, situation imprévisible, complexité du projet et bilan favorable).

Contrairement aux marchés publics, la rémunération du cocontractant, liée à des objectifs de performance incluant le développement durable, est assurée par le versement d'une somme forfaitaire annuelle ou mensuelle représentant l'ensemble des coûts d'investissement, de financement et de fonctionnement. Elle peut être complétée par des ressources annexes, (Ex : vente d'énergie à des tiers dans le cas de l'exploitation d'une usine de retraitement des déchets). Depuis la loi n° 2008-735 du 28 juillet 2008, le partenaire peut consentir des baux de droit privé sur le domaine privé des personnes publiques, avec leur accord, et pour une durée qui pourra être supérieure à celle du contrat initial. Cette innovation est destinée à profiter autant au partenaire qui peut accroître ses bénéfices qu'aux pouvoirs adjudicateurs qui devrait ainsi voir réduire le loyer à verser. Depuis 2005, une trentaine de CP a été signée. Les conditions restrictives du recours au contrat de partenariat, les faibles avantages fiscaux et enfin leur complexité juridique et administrative représentent autant de freins à leur mise en œuvre. Pour autant, le marché potentiel français des CP est estimé à 4 à 6 milliards d'euros, avec une part prépondérante pour les collectivités locales. Un effort de formation, d'information et de simplification ne pourra qu'en améliorer la pertinence et la performance.

Gwenaëlle Troude,
Avocat à la Cour

blent parfaitement maîtriser les deux et offrir à leurs clients des services de proximité que n'offrent pas toujours les grands opérateurs. Chez Lanestel à Brest, intégrateur mais aussi "opérateur à part entière", une "livebox" professionnelle (capable d'apporter l'accès internet sécurisé), unique en France, sera bientôt commercialisée. Pour réaliser des économies qui peuvent aller jusqu'à 40 % (voir encadré), Lanestel conseille aux entreprises bénéficiaires de l'ADSL de coupler téléphonie sur IP et téléphonie mobile. Jean-François Guihard, responsable de l'agence Adista à Rennes, intégrateur et opérateur sur les réseaux fibre optique mis en œuvre par les collectivités, conclut : *"En gérant tout ou partie de l'exploitation et de la maintenance des systèmes d'information des PME, nous permettons aux dirigeants de communiquer mieux et moins cher, de se concentrer sur leur cœur de métier et de maîtriser les dépenses improductives."*

Anny Letestu

QUELQUES CONSEILS POUR OPTIMISER SA FACTURE

- S'interroger sur le volume de communications (locale, nationale, à l'étranger et surtout vers les mobiles) qui est passé sur un mois donné permet de faire le point sur ses besoins afin d'en discuter avec son opérateur ou un cabinet de conseil en télécoms.
- Se doter d'outils (disponibles auprès des opérateurs et distributeurs) pour établir des statistiques sur la flotte mobile et cibler les gros utilisateurs, les dépassements de forfait etc. On peut répartir la facture entre la société et le salarié, prendre en charge un montant forfaitaire et laisser les dépassements à la charge de l'utilisateur abusif.
- Faire un bilan au minimum tous les 2 ans est conseillé car les technologiques évoluent très rapidement et on peut étudier de nouvelles offres et obtenir des remises qui peuvent entraîner un gain de 10 %, voire plus.
- Une fois que l'on a établi ses besoins, on peut se renseigner auprès d'un distributeur indirect ou d'un intégrateur de réseaux, sachant que ce dernier fait un comparatif des offres du marché et peut apporter des solutions personnalisées qui permettent de faire jusqu'à 40 % d'économies.

LE GROUPE RUBION COMPTE 6 MAGASINS RÉPARTIS DANS LE GRAND OUEST

Une offre illimitée en fixe qui permet 40% d'économie

Le groupe Rubion est spécialisé dans le négoce de produits métallurgiques et de fournitures industrielles. Il compte 80 collaborateurs, 6 magasins répartis dans le Grand Ouest et 5 commerciaux. *"France Télécom était notre prestataire en téléphonie fixe,* relate Thierry Goven, *mais je travaillais déjà avec "Come-In" (SFR) pour la flotte mobile. Il y a quelques mois, ces derniers m'ont proposé une étude comparative avec mes factures comme base de travail."* Constatant que le groupe ne communique pratiquement qu'en national, "Come-In" cale alors son offre sur les besoins de son client. *"Aujourd'hui, nous profitons d'une offre illimitée en fixe,* se réjouit le dirigeant, *qui dégage une économie de 10 000 €, soit 40 % d'économie !"* Economie qui n'est pas restée vaine, puisqu'elle a été aussitôt réinvestie : *"Nous allons équiper nos commerciaux de petits terminaux PDA "Swing Mobility", pour qu'ils puissent consulter, en toute sécurité, notre base de données à distance. Cela passe par le 3G+ et l'intermédiaire d'un serveur dédié qui travaille en parallèle avec notre serveur"*. Et de conclure : *"J'ai augmenté légèrement mes charges, mais je procure à mes commerciaux un outil de communication qui va leur apporter de la souplesse et de l'efficacité sur le terrain !"*

Un outil de communication souple et efficace pour les commerciaux du groupe Rubion

GLOSSAIRE :

VoIP ("Voice over Ip") : Littéralement "voix sur IP". La téléphonie est assurée par internet.
GSM ("Global System for Mobile Communication") : C'est le réseau numérique de téléphonie mobile.
Messagerie unifiée : Elle permet de faire converger les messages provenant de sources différentes (mail, fax, téléphone) vers un serveur unique accessible à tout type de terminal (ordinateur, téléphone fixe ou mobile)
PABX ("Private Automatic Branch eXchange") IP ou IPBX : C'est un standard téléphonique qui dispose de fonctionnalité de téléphonie par internet. Les communications et transferts d'appels sont gratuits entre le poste IP et le standard, où qu'ils soient.
WToIP ("Wireless ToIP") : C'est la téléphonie sans fil sous IP
PDA ("Personal Digital Assistant") : C'est en fait un ordinateur de poche avec processeur, mémoire vive et écran tactile, qui possède en plus des fonctionnalités réseau.

BretagnEco P2:Bretagne economique 30/01/09 15:43 Page 39

ACTIMAR À BREST

Un forfait de 5 euros par poste et par mois

Depuis 2007, Actimar, société brestoise spécialiste d'océanographie opérationnelle, a confié son environnement télécoms à Lanestel. Auparavant, la totalité de son trafic passait par France Télécom. *"Depuis notre déménagement, nous sommes 25 dans un bâtiment de 3 étages,* explique Alain Coat, responsable de la mise en œuvre des systèmes opérationnels et de la maintenance informatique, *et c'était compliqué de gérer un central avec un ensemble de câbles important, nécessaire à la mise en place de l'infrastructure. Lanestel nous offre une solution qui relie notre réseau de données et notre réseau téléphonique"*.Solution techniquement simple pour "Actimar", mais aussi économique. *"Notre facture de téléphone n'a pas augmenté, alors que nous avons augmenté nos effectifs !"* poursuit Alain Coat. Les communications sont sécurisées grâce à un terminal IPBX (équivalent de APBX), qui permet en cas de rupture de ligne, d'être aussitôt relayé par Lanestel. *"Précédemment, France Télécom et Orange se renvoyaient la balle, alors qu'aujourd'hui nous avons un interlocuteur unique, qui gère aussi nos factures… Pour nous, c'est une économie d'argent et de temps. Nous payons un forfait de 5 euros par poste et par mois, augmenté d'un petit supplément pour le service, ce qui vaut largement la qualité des prestations !"*

En passant par un interlocuteur unique, Actimar réalise des économies de temps et d'argent

FACET INGÉNIERIE
LE CONCEPTEUR DU BÂTIMENT ÉCONOLOGIQUE®

T. 02 98 81 90 90
facet@wanadoo.fr
www.facet-ingenierie.com

BUREAUX
COMMERCES
GARAGES
LABORATOIRES
PRODUCTION
SERVICES

BretagnEco P2:Bretagne economique 30/01/09 15:43 Page 38

TÉLÉCOMMUNICATIONS : COMPLEXITÉ CROISSANTE DES FORFAITS ET DES FACTURES

Quand des économies se profilent...

Photo : Rapho

En dépit des baisses tarifaires affichées par les opérateurs, les factures télécom des entreprises augmentent de 2 % par an. Dans un contexte économique difficile, les plus sensibles à cette hausse restent les PME. L'aide d'intégrateurs locaux, de distributeurs et de nouveaux opérateurs de proximité, peut toutefois se révéler précieuse pour réaliser des économies substantielles.

L'Arcep (Autorité de régulation des communications électroniques et des postes) tente pourtant de bien jouer son rôle de gendarme des télécoms. Elle a en effet réussi à ouvrir le marché à la concurrence et orienté à la baisse les prix pratiqués, en matière de téléphonie mobile, par des opérateurs comme Orange, SFR ou Bouygues Télécom. Las, les entreprises continuent de voir leur facture télécom augmenter en moyenne de 2 % par an. Plusieurs raisons à cela : les appels de fixe à mobile (7 à 10 fois plus chers que de fixe à fixe) et le développement de la data (Smartphone et PDA) alourdissent la facture. Viennent aussi s'ajouter à ces nouveaux comportements la transmission sécurisée de données et l'utilisation d'applications mobiles. *"La tendance est au nomadisme"*, prévient d'emblée Thomas Lecompt, Directeur commercial chargé des PME chez France Télécom à Rennes. *"C'est un phénomène national qui permet de communiquer de n'importe où, et d'éviter les déplacements pour alléger le compte "résultat" de l'entreprise !"* Si de légères divergences se dessinent chez les nouveaux acteurs télécom, tous reconnaissent que pour proposer les solutions les plus optimales, rien ne vaut une bonne écoute des besoins du chef d'entreprise.

Pas d'économie sans définition des besoins

"Il ne faut pas raisonner en termes de coût, insiste Antoine Hamard, Directeur commercial chez "Come In" (distributeur SFR) à Cesson-Sévigné (35), *mais plutôt en termes de productivité ! (voir encadré)"* En clair, le moins cher n'est pas forcément le mieux adapté pour rendre son entreprise plus performante. Thomas Lecompt ajoute que la meilleure façon d'optimiser sa facture est de bien définir les besoins : *"une entreprise mono-site n'est pas organisée de la même façon qu'une entreprise multi-sites..."* Pascal Joffre, gérant de l'opérateur et intégrateur "Lanestel" (29) prévient même que *"pour établir un bon diagnostic, il faut une remise à plat de tout son système, car chaque cas est différent et l'économie passe par du "sur mesure". "Dans la moyenne des PME, on trouve un schéma classique d'utilisateurs qui n'ont pas forcément les mêmes besoins : "Il y a d'abord le chef d'entreprise, ensuite un directeur commercial, et enfin des commerciaux qui prospectent et sont souvent sur la route"*, constate Thomas Lecompt. Enfin, certains secteurs professionnels présentent des attentes spécifiques en communication : *"Dans la climatisation, le froid industriel,* remarque Antoine Hamard, *ils doivent réagir rapidement. Ainsi, la personne qui reçoit l'appel en entreprise appuie sur la touche "entrée" de son ordinateur et envoie la communication sur le mobile du technicien. Tout cela ne demande qu'une saisie !"* On l'aura compris, la diversité des besoins est telle que les nouveaux acteurs télécoms proposent des solutions au cas par cas.

Quand les intégrateurs réseaux entrent en jeu

La grande difficulté du contrôle des dépenses par les chefs d'entreprise de PME tient aussi dans la complexité croissante des forfaits et des factures, mais aussi dans l'enrichissement technologique permanent mêlant voix, données et data... Un vrai casse-tête ! Et si les intégrateurs, mais aussi conseillers et gestionnaires de communication, simplifiaient la donne ? Joël Chéritel, PDG de Rétis Communication (35) intégrateur de réseaux, reconnaît : *"On peut gagner du temps et faire des économies grâce aux nouveaux moyens de communication. Les entreprises sont très intéressées par la téléphonie sur IP, centralisée et très économique, et par la sécurisation de leurs données. Les salariés doivent pouvoir travailler n'importe où sur leur ordinateur et avoir accès aux informations de l'entreprise."* Aujourd'hui, la tendance est à la convergence des moyens informatiques et des télécoms. Les intégrateurs sem-

Suite page 40

BretagnEco P2:Bretagne economique 30/01/09 15:43 Page 37

FRÉDÉRIQUE MONTIEL, 1ER SALON DE COIFFURE DURABLE

Le vert vous va si bien

Être le 1er salon de coiffure de France le plus proche du zéro émission de gaz à effet de serre, c'est le défi lancé par Frédérique et Stéphane Montiel à Landivisiau. Pas par utopie écologiste mais parce qu'ils croient en l'avenir de l'entreprise citoyenne.

Création avec un chocolatier de coiffures avec chignons de chocolat

Sous l'enseigne "Frédérique Montiel", le couple a repris en 2006 le salon de coiffure où Frédérique avait été formée, avec à la clé un Bac pro de styliste-visagiste, haut niveau de qualification rare dans la profession. Rien n'a été laissé au hasard dans cette reprise, fruit d'une reconversion voulue et non pas du hasard d'un cursus scolaire. En effet, durant 15 ans, Stéphane Montiel mena carrière dans la Marine nationale et son épouse le suivit au gré de ses affectations. Quand la décision fut prise de quitter la Royale, tous deux choisiront de réaliser un rêve pour Frédérique et de retrouver une ambiance d'enfance pour Stéphane dont la mère était coiffeuse : ils ouvriront leur propre salon.
De retour en Bretagne, la jeune femme, à 27 ans, entre en apprentissage et lui se perfectionne à la gestion. La vision de leur future entreprise se nourrit de leur maturité et d'une observation assidue du monde de la coiffure qui va les accueillir. Ils en sont convaincus : ils sortiront des sentiers battus.

Le luxe accessible

"Nous voulons être un salon haut de gamme mais pas élitiste. En bref, rendre le luxe accessible, aussi bien pour la femme que pour l'homme", explique Stéphane. Dès l'ouverture en 2006, l'accent est mis sur l'accueil : le sourire rayonne aux visages des six salariés, un café ou un thé est servi dans une élégante tasse avec un petit gâteau, les clientes qui le souhaitent sont amenées et ramenées à domicile… Des complémentarités sont initiées avec une esthéticienne, un photographe, un loueur de calèches ou… un chocolatier réputé. L'an passé, la création par Frédérique de coiffures avec chignon de chocolat fera accourir à Landivisiau tous les médias hexagonaux. Le bouche-à-oreille fonctionne bien et on se donne l'adresse jusqu'à Brest d'où de plus en plus de personnes n'hésitent pas à parcourir les 40 km de distance. Il faut du coup embaucher trois professionnels supplémentaires et l'affaire aurait pu poursuivre ainsi sur une aire de croissance. *"Ces bons débuts ne pouvaient être qu'une étape. Si la satisfaction personnelle de chacun de nos clients est la base, nous sommes persuadés qu'il est aussi possible d'apporter un plus à la communauté… qui se traduirait en image de marque pour amener chez nous de nouvelles personnes. Dès aujourd'hui et assurément pour demain, la gestion durable au profit de l'environnement s'impose dans toute entreprise."*

Anticiper l'évolution

Début janvier, la maison a donc fermé ses portes pour un grand lifting, les clients continuant à être reçus à une centaine de mètres dans un local provisoire. Tout l'agencement du salon, qui passe de 90 à 108 m², a été repensé pour répondre au plus près aux critères environnementaux. Des fenêtres bois isolent mieux, les ampoules basse consommation font passer la facture électrique de 225 euros à 175 euros par mois, les limitateurs de débit aux robinets pour 200 euros à l'achat économisent 600 euros de coût de l'eau… mais les investissements principaux se montent à 30 000 euros pour une pompe à chaleur assurant le chauffage et quatre panneaux solaires qui apporteront au moins 66 % des besoins en eau chaude. *"Dans la coiffure, les produits chimiques restent incontournables mais nous gérons l'élimination propre des déchets et des emballages d'une gamme la moins nocive existante,* ajoute Stéphane. *Dès qu'elle sera sur le marché, nous achèterons la 1ère voiture électrique pour transporter nos clients et, à plus long terme en raison de contraintes sanitaires, l'eau de pluie récupérée sur le toit servira au salon."* Les travaux et la cessation d'activité d'un centre de beauté de la ville ont décidé le couple à créer son propre institut au sous-sol et d'embaucher trois nouvelles personnes. Le chiffre d'affaires en constante progression, 400 000 euros au dernier exercice, devrait connaître un nouveau bond. *"Je suis optimiste pour l'orientation que nous avons prise les premiers… de toute façon, à court terme, on n'aurait pas eu le choix face à l'évolution de la société."*

Yves Pouchard

les produits finis devront contenir au moins 95 % d'ingrédients bio. La catégorie des produits à 70 % disparaîtra et les traces limitées d'OGM seront autorisées jusqu'à 0,9 % pour les seules contaminations fortuites et accidentelles (le seuil d'étiquetage du Bio interdit toute utilisation d'OGM dans les procédés de production et de transformation). Nous conseillons à tous les fabricants de produits préemballés qui envisagent de modifier leurs étiquettes, d'attendre l'émission du nouveau logo européen qui interviendra dans les mois à venir. Avec lui, le consommateur connaîtra l'origine géographique du lieu de production des ingrédients, le lieu de fabrication etc." Aujourd'hui, la crise n'a pas affecté la filière même si on assiste à un ralentissement des taux de progression depuis juin 2008. Selon les professionnels, on se dirige vers un "bio" à deux vitesses : d'un côté les circuits spécialisés qui travailleront avec des producteurs locaux et pratiqueront des prix environ 30 % plus chers, et de l'autre les grandes surfaces qui feront appel à des producteurs étrangers pour avoir du volume et avoir un positionnement prix plus attractif.

Le nouveau magasin Scarabée de Rennes Cleunay

Véronique Maignant

Un guide pour répondre aux enjeux de la gestion de l'eau en entreprise. Depuis une vingtaine d'années, les entreprises bretonnes ont fourni un effort important pour améliorer la qualité de l'eau. En 10 ans, la pollution nette rejetée en milieu naturel a diminué de près de 20 %. Dépollution des rejets industriels, utilisation économe de l'eau sont aujourd'hui deux enjeux majeurs de l'eau. Le guide de la gestion de l'eau en entreprise, mis au point par les CCI de Bretagne, en association avec l'agence de l'eau Loire-Bretagne témoigne des bonnes pratiques et des actions concrètes mises en œuvre par les entreprises pour relever ces défis. Le groupe coopératif Coralis dont le siège est basé à Cesson Sévigné (35) fait partie des 80 entreprises répertoriées par le guide : *"Sachant qu'il nous faut 1 litre d'eau pour conditionner 1 litre de lait, nous utilisons 300 000 mille litres d'eau par jour pour le nettoyage de nos installations,* explique Jean-Pierre Rousseau, directeur du site. *Notre station d'épuration équivaut à celle utilisée pour 15 000 habitants et dans les semaines à venir nous serons en mesure de valoriser les graisses sous forme d'éco-carburant."* Ce guide recense également les informations réglementaires nécessaires pour améliorer la performance de votre entreprise dans la maîtrise de l'utilisation de l'eau et son impact sur l'environnement.

Ce guide est téléchargeable sur le site www.bretagne.cci.fr

Station d'épuration de la laiterie Coralis (35), équivalente à celle utilisée pour 15 000 habitants

La filière automobile mobilise le préfet de Région. *"Les réformes sont plus indispensables que jamais pour être au service de l'économie et des citoyens. La menace de l'emploi touche toutes les catégories"* affirmait en substance Jean Daubigny à l'occasion des vœux à la presse. Pour le Préfet de Région, le dossier fondamental en ce début d'année est incontestablement le soutien à l'ensemble de la filière automobile, 25 000 salariés bretons en dépendent. Si les états généraux organisés le 20 janvier ont donné quelques garanties financières, 5 à 6 milliards d'euros d'aides, aux groupes français Renault et PSA, ce dernier a affirmé qu'il continuerait à réduire ses surcapacités dans l'hexagone. En Bretagne, c'est le bassin rennais autour de PSA qui souffre le plus. Ses effectifs sont passés de 12 000 en 2005 à 7 800 en l'espace de 3 ans et, en 2009, il est prévu 1 750 départs volontaires par mutation. Dans ce contexte de crise, le Pôle Automobile Haut de Gamme envisage une nouvelle évolution pour élargir son champ d'action, mais Jean Daubigny prévient : *"la relative aisance apportée par le secteur automobile aux collectivités locales via la taxe professionnelle va disparaître à jamais. La réalité va profondément changer, il faut en tenir compte dès maintenant."* Côté relance économique, Jean Daubigny a annoncé qu'elle passera dans les semaines à venir par des commandes publiques supplémentaires pour des retombées immédiates et avec des délais de paiement assurés. A cette fin, les services de l'Etat en région ont transmis à Paris une liste d'opérations dont on ne connaît toujours pas, à l'heure où nous rédigeons ces lignes, la teneur et le montant.

Des infrastructures pour connecter la Bretagne au monde et faciliter l'accès des entreprises aux marchés. Très attachées à relayer les préoccupations et attentes des entrepreneurs bretons sur les questions de transport et de logistique dont on sait l'importance pour la compétitivité des entreprises et des territoires dans notre région périphérique, les CCI de Bretagne ont réalisé un document synthétique reflétant leurs positions et propositions communes pour l'aménagement de la Bretagne en infrastructures.
Ce document est téléchargeable sur le site www.bretagne.cci.fr. Vous pouvez également demander la version papier en appelant la Direction de l'Information Economique et de la Prospective au 02 99 25 41 82.

BretagnEco P2:Bretagne economique 30/01/09 15:42 Page 35

L'ACCESSIBILITÉ AU MARCHÉ BIO

Le "bio" sort de la niche

Dans le cadre de l'opération régionale IAA Marketing déployée par la Région Bretagne, la Drire, le réseau des CCI de Bretagne et l'Abea, plus d'une cinquantaine de PME de l'agro-alimentaire ont participé fin 2008, à Rennes, à un atelier sur les conditions d'accès au marché bio. Très dynamique, ce dernier progresse en moyenne de 10 à 15 % par an et représente en France un CA de 2 milliards d'euros. Avec une croissance de 66% du nombre de magasins indépendants bio depuis 2001, la Bretagne occupe le 4ème rang.

Photo : Inter Bio Bretagne

"Le bio est sorti de sa niche et intéresse de plus en plus de monde, explique Isabelle Baur, présidente du directoire de Scarabée, réseau de 3 magasins et 2 restaurants bio installés sur l'agglomération rennaise (100 personnes et 13 millions d'euros de CA en 2008) et membre du CA de Biocoop, 1er réseau national de magasins indépendants de produits bio créé depuis plus de 20 ans. "*Biocoop est né avec la ferme volonté de développer la culture biologique. Aujourd'hui, avec 320 magasins en France, notre réseau représente 15 % du marché national pour un CA 2008 de 380 millions d'euros. Il devrait se situer aux alentours de 480 millions cette année, soit une hausse de 27 % équivalente à celle de l'exercice précédent. Nous privilégions les produits cultivés et transformés sur place. Ils représentent 80 % de nos 6 000 références. La demande double tous les 3 ans et nous sommes aujourd'hui, en France, confrontés à un problème d'approvisionnement. Les volumes par producteur sont trop faibles."* Car si la filière bio reste encore aujourd'hui dominée par des réseaux spécialisés, comme Biocoop ou la Vie Claire, avec 8 magasins en Bretagne, la grande distribution gagne depuis peu des parts de marché. Selon Inter Bio Bretagne, les réseaux spécialisés et la GMS détiennent chacun 40 % de parts de marché du bio et la vente directe 18 %. *"Carrefour, mais plus encore Monoprix, sont très en pointe et développent chacun des gammes bio très qualitatives et très spécifiques répondant parfaitement aux attentes des consommateurs,* précise un des participants à l'atelier. *C'est particulièrement vrai pour des produits à base d'épeautre destinés aux enfants, pour lutter contre les allergies au gluten, ou à base de soja ou lait de chèvre pour les allergiques au lait."*

La Crêpe de Brocéliande mise sur le bio

"Le bio est devenu un axe prioritaire. Sur un CA 2008 de 6,5 millions d'euros, 15 % relèvent du bio et nous pensons atteindre 20 % en 2009, commente Laurent Eyreaud, directeur commercial et marketing chez la Crêpe de Brocéliande, PME de 45 salariés située à une trentaine de kilomètres de Rennes. Créée en 1982, l'entreprise fabrique des crêpes et galettes nature et garnies, conventionnelles et bio, sous MDD et marques propres. *"Il y a deux ans, nous avons constaté qu'il existait un vrai marché bio en GMS et depuis 4 à 5 mois la demande s'accélère y compris hors Bretagne. Cet engouement pour le bio a incité certaines centrales d'achats à recruter des acheteurs transversaux dédiés au bio avec des exigences qualitatives hautes. Grâce à notre expérience et notre certification Ecocert, obligatoire pour toute entreprise fabricant et commercialisant des produits bio, nous pouvons y satisfaire."* Chaque jour, dans cette PME, toutes les productions débutent par le bio. Pour faire face à la demande croissante et traiter des volumes plus importants, la Crêpe de Brocéliande envisage, à terme, de revoir l'organisation de sa production sur cette famille de produits.

2009, mise en place d'un nouveau logo européen Bio

Selon Inter Bio Bretagne, notre région représente 25 % de la filière bio en France avec 70 grossistes certifiés bio, 40 opérateurs fruits et légumes, 18 opérateurs lait et un millier de producteurs. La filière végétale absorbe 2/3 de ces opérateurs. 47 % des entreprises sont des TPE et seuls 2 transformateurs comptent entre 100 et 250 salariés. Afin de sécuriser les approvisionnements, trouver de nouveaux clients, comme les cantines scolaires, et anticiper la nouvelle réglementation européenne, l'offre va devoir se structurer. *"A partir de juillet 2010,* explique Michaël Böhm, *le logo européen Bio deviendra obligatoire. Tous*

BretagnEco P2:Bretagne economique 30/01/09 15:42 Page 34

GROS PLAN

NITRI PROJECTS, LA CHINE À PORTÉE DE MAIN

Prendre les Chinois avec des baguettes

Société de statut d'Hong-Kong, Nitri Projects a un pied en Bretagne et un autre à Shanghai pour ouvrir les portes de l'Empire du Milieu aux entrepreneurs bretons. Une initiative de deux anciens élèves de l'Isuga de Quimper.

Visite d'une entreprise en Chine

Frédéric Orlach a 36 ans, Pierre Guennal 29. Ils se sont rencontrés sur les bancs de l'Isuga, institut de management Europe-Asie, à Quimper.
Aujourd'hui, le premier réside en Bretagne pour écouter les attentes des entreprises, le second s'active en Chine pour y répondre. *"Lorsqu'une PME se pose la question de trouver un fournisseur ou de faire fabriquer en Chine, elle n'a pas forcément les moyens de s'y rendre pour prospecter dans un vaste pays inconnu aux facettes multiples, loin de notre culture occidentale,* explique Frédéric Orlach. *Nous qui y avons travaillé et en maîtrisons la langue pouvons faciliter le contact et assurer le suivi sur place."* Cette position d'interface est l'argument majeur de Nitri Projects pour s'offrir comme interlocuteur facilitateur d'opportunités dans le grand concert de la mondialisation.

Saute verrous

Attiré très jeune par le monde asiatique, le Ouessantin Frédéric Orlach a obtenu une maîtrise de géographie avant d'intégrer l'Isuga sans connaître un traître mot d'aucune langue des pays d'orient. En deux ans, il maîtrise le mandarin, l'idiome majoritaire de Chine, pour au final devenir acheteur à Qing Dao de produits frais pour la grande distribution. Parallèlement, son ami Pierre Guennal vit des expériences similaires en Chine. Si Pierre qui a trouvé compagne en Chine, veut continuer à y résider, Frédéric, qui a fait la connaissance d'une Chinoise de France veut rentrer au pays. L'idée de conjuguer leur savoir-faire est née. En avril 2007, chacun apporte 10 000 euros pour créer une société basée à Hong-Kong, place incontournable pour travailler sur l'Asie. Leurs propositions de prestations à destination des industriels bretons et français sont concrètes : visites et comptes rendus de salons, audits de fournisseurs, études préliminaires de l'offre chinoise, organisation de missions prospectives, visites d'usines, suivi du développement de produits, organisation logistique, contrôle qualité durant la production ou à l'envoi des marchandises… Nitri Projects se veut un saute verrous aux recherches d'échanges avec la Chine.

Une usine, pas un magasin

"Nous avons en permanence une dizaine de dossiers clients à étudier que nous soignons à l'extrême, raconte Frédéric Orlach, *tout en gardant des relations avec les entreprises dont nous avons déjà réglé le problème. Ces derniers nous sollicitent souvent pour une veille technologique."* Une veille qui peut simplement prendre l'aspect de visites sur des salons internationaux, très nombreux dans tous les domaines en Chine, pour regarder ce qui se fait de nouveau. Si les deux associés ne souhaitent pas citer leurs clients, discrétion économique oblige, leurs domaines d'intervention aujourd'hui concernent en premiers lieux la fourniture de matières premières pour l'agroalimentaire, le matériel électronique et électroménager, l'emballage… *"Nous veillons aussi à ce que l'éthique soit respectée : pas de fabrication par des enfants et respect maximal de l'environnement car ces problèmes peuvent retomber sur les entreprises importatrices lors de leur commercialisation en France."* Un œil sur les meilleures opportunités en Chine, l'autre sur les contraintes du marché européen, c'est le credo de Nitri Projects. *"2009 sera une année cruciale pour passer à un stade supérieur. La Chine, c'est une usine, pas un magasin. Si nous arrivons à le faire comprendre aux entrepreneurs bretons, les opportunités pour d'autres productions se feront naturellement."*

Pas de fabrication par des enfants et respect maximal de l'environnement

Yves Pouchard

BretagnEco P2:Bretagne economique 30/01/09 15:42 Page 33

A LA CIME DE L'ARBRE VOIT LA VIE D'EN HAUT

Vivre ma passion à fond et la faire partager !

Frédéric Evanno, 26 ans, a créé son entreprise à Rennes en septembre 2008. Arboriste grimpeur, il élague les arbres, les entretient, diagnostique leurs pathologies, les abat parfois, et intervient en cas de tempête.

Sa société est enregistrée sous le doux nom de "A la cime de l'arbre". Frédéric Evanno passe le plus clair de son temps dans le houppier des arbres. Une vie en hauteur certes, mais pas éloignée des réalités de la nature pour autant. *"Je suis un physiologiste qui traite l'arbre en tant qu'être vivant et avec professionnalisme, pour le préserver et le transmettre aux générations futures, dans le meilleur état possible."* Titulaire de deux BTS, le premier orienté vers la faune et la flore et le deuxième axé sur l'aménagement des espaces verts et le chiffrage des chantiers, il se spécialise ensuite en arboriculture. *"Quand j'arrive en-dessous d'un arbre, il y a une sorte de respect qui s'installe…"* A 16 ans, il est fortement impressionné par un grimpeur qui se lance à l'assaut d'une cime pour élaguer, et c'est à Saint-Germain-en-Laye, à l'école, qu'il apprend les techniques acrobatiques pour se déplacer dans les branches. Au terme de ces spécialisations, il passe un concours à la ville de Rennes, tandis que son projet d'entreprise se dessine de plus en plus clairement.

Arboriste mode d'emploi

Un peu plus d'un an et demi s'écoule avant le lancement de la société. Plusieurs banques sont prêtes à le soutenir tant son dossier est convaincant et solide. *"Je n'avais pourtant aucune caution, juste un petit apport personnel !"* Tout en faisant démarrer son activité, grâce aussi à une subvention de l'Eden de 4 000 euros, Frédéric poursuit une activité à temps partiel dans la fonction publique. *"J'attends d'être un peu plus sûr de moi financièrement pour exercer mon métier à 100 % dans le cadre de ma société !"* Un véhicule utilitaire s'avère indispensable. Sous contrat au Château Bouscaut à Cadaujac, il se rend régulièrement dans le Bordelais où il met des platanes en sécurité, procède à des abattages. En cas d'évacuation, la remorque vient à son secours et il déploie alors des "petits trucs techniques" pour charger parfois jusqu'à 400 kg. En général, les propriétaires veulent garder leur bois. Quand il intervient dans des jardins, il loue une broyeuse qui transforme le bois récupéré en petits copeaux qui servent ensuite au paillage des massifs. *"Dans le bois, tout est bon, tout peut être revalorisé !"*

L'arbre doit être protégé

Après quelques mois d'activité, Frédéric peut avancer néanmoins quelques chiffres : *"Un CA prévisionnel de 30 000 euros et une activité qui se répartit entre les particuliers, 80 %, la sous-traitance, 10 %, et le reste pour les collectivités. Cela me pousse à faire des projets qui correspondent à ce que je crois profondément."* Souvent stupéfait *"de voir des tailles d'arbres aberrantes, du vandalisme, néfastes pour la santé et la pérennité de l'arbre"*, Frédéric veut conseiller, transmettre son savoir (en formant dans l'avenir un ou une apprentie), mais aussi réaliser son site internet. *"Je ferai paraître régulièrement "La feuille de l'arboriste", dans laquelle je ferai prendre conscience de façon professionnelle, que les arbres sont précieux et que l'on doit les prendre au sérieux."* Un projet vert lui tient aussi à cœur, celui d'inciter sa clientèle à s'engager dans une organisation mondiale pour la reforestation des pays sous-développés et surexploités. Le principe est simple : 1 euro de la facture sera reversé à l'organisation et en échange d'un reçu, le client deviendra propriétaire d'un arbre dans un pays lointain. Il y a quelques mois, Frédéric a effectué un élagage à Vitré sur un tulipier de Virginie, haut de 40 m. *"En plus de mon métier d'arboriste grimpeur, je recense aussi les arbres remarquables"*. Remarquable non ?

Anny Letestu

BretagnEco P2:Bretagne economique 30/01/09 15:42 Page 32

ENTRETIEN AVEC JEAN-LUC GUILLOU,
DÉLÉGUÉ GÉNÉRAL GERME[1] (GROUPES D'ENTRAÎNEMENT ET DE RÉFLEXION AU MANAGEMENT DES ENTREPRISES)

"Les PME bretonnes ont compris l'enjeu"

Comment Germe s'est-il saisi des problématiques liées aux ressources humaines ?

L'intérêt pour l'humain est inscrit dans le code génétique de l'association. Né à Saint-Brieuc, de l'initiative de dirigeants costarmoricains appartenant à l'APM (Association pour le progrès du management), le réseau comprend aujourd'hui une cinquantaine de groupes et s'étend sur toute la France et la Belgique. Dès son origine, il a compris le besoin de faire progresser le management pour répondre plus efficacement aux défis d'un monde de plus en plus complexe. Toutes les fonctions sont concernées et les managers n'ont pas toujours reçu la formation adéquate. C'est, classiquement, le cas de l'ingénieur qui devient directeur de production et doit faire face à des sujets comme le recrutement, la gestion des conflits, de la diversité, l'animation et la cohésion de l'équipe, la gestion du changement… Germe s'inscrit donc comme un lieu où les cadres de direction peuvent s'exprimer et aborder les problèmes de management en confiance, dans la durée, avec des pairs et sous l'impulsion d'un expert.

Comment se situe la Bretagne dans cette problématique ?

Elle se caractérise par un besoin de maillage entre entreprises qui se retrouvent autour d'une identité régionale forte, avec l'envie de se connaître et de travailler ensemble sur des problématiques communes. Ce mouvement touche toutes les tailles d'entreprises : 50 % de nos adhérents bretons sont des PME, où le lien humain entre le dirigeant et son premier cercle est très fort. Trois préoccupations amènent les entreprises bretonnes à réfléchir à leur management : leur responsabilité sociétale (liée à l'environnement), notamment dans l'agroalimentaire, l'ouverture à l'international, l'intégration des jeunes. Il leur faut donner du sens au travail, préparer les compétences locales à la mobilité, à l'ouverture et fidéliser les compétences. Pour une PME, offrir des formations la crédibilise et pousse ses cadres à s'investir plus, c'est un élément de fidélisation bien au-delà du salaire.

La Bretagne est-elle une terre d'innovation en matière sociale ?

L'esprit de coopération est un signe distinctif des entreprises bretonnes, notamment pour trouver des solutions, échanger sur les bonnes pratiques. La Bretagne est notamment une région phare pour les groupements d'employeurs et le réseau Entreprendre.

Quel impact la crise actuelle peut-elle avoir sur la gestion des ressources humaines ?

Beaucoup se posent la question de gérer le changement quand la mobilité s'impose, de trouver les méthodes pour passer d'un métier à un autre, de traduire la qualité de service dans l'organisation et de faire face à la délocalisation. La crise amène la tentation du repli pour comprimer les coûts, licencier. C'est le mauvais choix : il y a quelque chose à apprendre des difficultés économiques. C'est plus que jamais le moment d'investir dans les hommes qui vont trouver des idées nouvelles, des solutions. Si on ne peut pas augmenter les salaires, on peut proposer des formations, c'est une forme de reconnaissance du travail accompli, qui pousse à sortir la tête du guidon, à se dire : je peux me faire confiance pour trouver une solution. Nous ouvrons ainsi un nouveau groupe Germe à Rennes fin janvier. Les thèmes des deux premières réunions sont explicites : comment renforcer l'implication des hommes dans l'entreprise et comment bâtir une équipe coopérante.

Propos recueillis par Clotilde Chéron

[1] Depuis 1998, le réseau Germe propose aux cadres de direction des parcours d'entraînement et de réflexion pour enrichir et faire évoluer leurs pratiques managériales au sein de groupes inter-fonctions et inter-entreprises. www.germe.com

Photo : Martin Boudier

Pour Stéphane Deschamps, DRH chez MX, la solidité de l'entreprise, c'est sa mixité. (ici le personnel féminin du service production)

Chez Solutis, les formations touchent les adhérents : la première session a porté sur la communication entre le salarié et l'agriculteur dans un métier de l'oralité.
"Pour nous développer et satisfaire la demande, nous avons ouvert le recrutement aux salariés issus du milieu urbain, aux personnes de reconversion, aux femmes (30 % chez Solutis) et aux seniors. Je viens de signer un CDI avec une personne de plus de soixante ans", souligne Michel le Chapelain.
Et pour fidéliser les salariés, la solution passe par la communication et la formation, *"la prise en compte des projets personnels, en allant par exemple jusqu'à les accompagner à l'installation"*.

Un engagement fort de la direction

Avec 450 salariés, MX est un fleuron de l'exportation bretonne puisque l'entreprise d'Acigné (35) expédie ses engins de manutention agricole jusqu'en Nouvelle Zélande. *"Nous avons deux problématiques majeures,* souligne Stéphane Deschamps, le DRH, *trouver des niveaux de qualification et d'expérience adaptés à nos besoins et motiver le personnel à partager l'objectif commun de fournir des prestations de qualité"*. MX a accueilli 30 nouvelles recrues en 2008. Sur des postes occupés plutôt par des hommes et des personnes en début de carrière, la direction s'est clairement engagée en faveur d'un élargissement des recrutements : *"ce qui fait la solidité de l'entreprise, c'est sa mixité"*. Ainsi MX accueille des femmes dans ses équipes de soudeurs *"pour leur rigueur et leur conscience professionnelle"* et *"nos derniers recrutements ont sélectionné un acheteur de 53 ans, un directeur commercial de 52 ans et un chef d'atelier de 50 ans pour bénéficier de l'expertise de parcours étoffés"*. L'intégration est soutenue par la communication : respect de l'autre, esprit d'appartenance et d'équipe *"sans faire de différence entre les âges, les sexes ou les origines"* sont des leitmotivs du journal interne.

Il faut aussi "éduquer" les plus jeunes aux valeurs d'une entreprise *"où l'on voit le patron tous les jours et l'on développe la fierté du produit "*. MX met l'accent sur l'accueil : présentation des métiers dans des salons d'emploi, plaquette de présentation institutionnelle, livret d'accueil, parcours d'intégration. En complément d'une politique "très volontariste" concernant le DIF, elle relance la formation de tuteurs et celle de l'encadrement intermédiaire.
Ce flux d'initiatives va-t-il donner raison à Christian Queffelec (Astellia) ? *"La crise va faire jour la solidité des organisations. Bien organisés et motivés, les salariés seront d'autant plus combatifs et performants"*. A suivre donc…

Clotilde Chéron

BretagnEco P2:Bretagne economique 30/01/09 15:42 Page 30

CHRISTIAN QUEFFELEC, DG D'ASTELLIA, VERN SUR SEICHE (35)

Bien dans sa tête, **bien au travail**

Chez Astellia, 6 à 7 % du temps de travail sont consacrés à la formation du personnel

Créée il y a dix ans, Astellia s'est spécialisée dans la fourniture d'équipements et de logiciels de contrôle de qualité pour des opérateurs de téléphonie mobile. Elle emploie 180 salariés, 90 % d'ingénieurs et 10 % de personnels qualifiés (l'export assure près des trois-quarts de l'activité).

"Le bouche-à-oreille sur notre qualité de travail et nos résultats, l'attrait de Rennes Atalante nous assurent un flux de candidatures. Avec 30 entrées l'an dernier, nous avons recruté une DRH mais la fonction est répartie dans l'entreprise : les responsables d'équipe assurent la présélection des candidats et sont impliqués dans le suivi de l'intégration. Nous définissons un parcours d'intégration "sur-mesure" de trois mois minimum à chaque nouvelle embauche", explique Christian Queffelec. *"Dans nos métiers, tout repose sur le cerveau de nos ingénieurs. Il faut qu'ils soient bien dans leur tête pour être efficaces. Nous les accompagnons sur l'aspect pratique de leur installation (logement), surtout nous restons à l'écoute de leurs projets. Nous maintenons l'intérêt par la promotion interne, prioritaire sur les recrutements extérieurs. Nous avons instauré deux entretiens annuels. Chacun consacre 6 à 7% de son temps de travail à la formation. Les bons résultats de l'entreprise ont permis la mise en place de l'intéressement. Nous accordons une grande place à l'information, même si l'exercice se complique depuis notre entrée en Bourse (éviter le délit d'initié). "La dimension RH est une clé de la réussite"*, conclut le dirigeant.

JEAN-PAUL MARZIN, LARZUL, PLONÉOUR LANVERN (29)

"Pour **faire plaisir au consommateur**, il faut que les gens se sentent **bien au travail**"

Entreprise familiale créée en 1906, Larzul fabrique des plats traditionnels et bio (sous la marque "Quand Valentine cuisine") et compte environ 100 salariés. L'entreprise a structuré ses équipes d'opérateurs sous la responsabilité de chefs de ligne ou d'animatrices. Elle consacre à la formation 3% de la masse salariale. *"Nous avons beaucoup travaillé à la mise en place d'équipes autonomes en production, avec ce que ça implique de responsabilité, de créativité et de satisfaction au travail"*, explique Jean-Paul Marzin.

"Le plan d'investissement annuel prend en compte la sécurité des personnes et les conditions de travail. En 2008, Larzul n'a enregistré aucun accident du travail".

Face à une population salariée vieillissante, l'organisation prévoit le changement de postes toutes les demi-heures. Pour accueillir les nouvelles recrues, un tutorat a été mis en place, ainsi qu'un livret de présentation. *"Nous avons développé le management visuel, en affichant une série d'indicateurs pour assurer le même niveau d'information à 100 % des salariés"*. Une réunion hebdomadaire permet une information plus précise à la demande des salariés. Ainsi, *"Larzul ne connaît ni turn-over, ni difficulté de recrutement grâce à sa politique sociale"*.

Une équipe pluri-compétente discutant devant les tableaux de résultats qualité

BretagnEco P2:Bretagne economique 30/01/09 15:42 Page 29

MICHEL RAULT, GRAND OUEST ÉTIQUETTES, LAMBALLE (22)

Associer **compétence extérieure** et **motivation interne**

"On ne rechigne pas à payer la maintenance de machines. Le personnel doit bénéficier de la même attention, il ne représente pas un coût mais un capital", affirme Michel Rault, qui dirige depuis 1990 l'entreprise de Lamballe. Celle-ci compte 70 personnes dont 60 % en production et cinq cadres. *"Pour les petites structures, la question est de s'étoffer sans s'asphyxier car le coût d'une fonction RH est très élevé. C'est pourquoi nous avons recours à un consultant extérieur deux jours par mois."* En interne, une assistante à temps partiel *"gère au quotidien le plan de formation, les paies, les statistiques tandis que les fiches de poste, tout ce qui relève de la motivation, est confié au consultant"*.

Emilie, du service achat rencontre son coach Gérard dès qu'elle en ressent le besoin

Le binôme fonctionne de manière très satisfaisante : *"le regard de l'expert fait progresser les compétences et soutient la motivation interne. Son enthousiasme dans son domaine d'expertise est facteur de progrès et sécurise l'organisation"*, souligne le dirigeant qui compte dupliquer ce modèle à d'autres services comme le marketing. *"Très sensibilisé à la question, je vois le dialogue social comme une opportunité"*, précise Michel Rault. *C'est toujours moi qui donne l'impulsion, je porte mon nom de patron"*.

pouvons payer la structure car nous faisons de la qualité". Et de conclure : *"La gestion des ressources humaines, c'est un engagement de tous les instants. Nous allons consacrer 2009 à conforter les acquis et décliner une forte communication pour rassurer nos salariés sur la marche de l'entreprise"*.

Place à l'innovation

Terre d'innovation, la Bretagne est ainsi le fer de lance d'un nouveau mode de gestion de compétences, le Groupement d'employeur (GE). Né dans l'agriculture, ce type d'organisation est amené à relever deux défis : un déficit d'image et de main d'œuvre. *"Il faut donc attirer des salariés d'autres secteurs d'activité,* explique Michel le Chapelain, directeur du GE Seremor (110 salariés ETP sur 2 000 exploitations) et de Solutis Emploi (23 ETP en temps partagé). *Comme la moitié des salariés n'a pas de formation agricole ou une formation uniquement théorique, et qu'il y a une attente d'efficacité de la part des employeurs, le GE prend des jeunes en apprentissage et s'intéresse aussi à des demandeurs d'emploi en reconversion"*.

Suite page 31

BretagnEco P2:Bretagne economique 30/01/09 15:42 Page 28

Le dirigeant de Kemper Gastronomie a fait appel à BRH+ et s'appuie sur de nombreux réseaux d'entreprises

C'est par exemple le cas de Lambert Matériaux à Romagné (35). Spécialisée dans le négoce de matériaux de second oeuvre, l'entreprise, qui emploie 17 salariés existe depuis 62 ans. *"Nous avons bénéficié de BRH+ et le résultat est formidable. On se demande même comment on a pu faire avant !"*, explique Bernard Lambert. *"La paie est confiée au cabinet comptable que nous considérons comme un conseiller et qui nous ouvre les yeux sur les nouvelles obligations. Nous sommes adhérents à "Tout faire", une centrale d'achat nationale qui dispose de services juridiques et de formation (huit personnes iront ainsi en formation en 2009). Grâce à BRH+, nous avons bénéficié de la compétence de la responsable RH du CMB qui nous a permis de définir nos besoins : l'entretien annuel, la définition de poste, le livret et la procédure d'accueil du nouvel arrivant. Ces nouveaux outils ont contribué au recrutement de deux salariés d'un grand groupe, séduits par la façon dont on les accueille et on travaille, on donne de l'information et on fait confiance"*. Le second mardi de chaque mois, une réunion d'information est animée par le chef d'entreprise : *"on démarre par un pot, le déjeuner est offert puis on donne des informations sur le chiffre d'affaires, la marge, les résultats, les objectifs et on prend en compte les propositions des salariés"*. Pour "aller plus loin", le fils du dirigeant, futur repreneur, suit actuellement une formation longue au management.

SUPENERGIE
Conseil en Ressources Humaines
supenergie
Une équipe de 6 consultants anciens DRH à votre disposition pour **développer** et **gérer les ressources humaines** de votre entreprise.
Nos compétences
- Le conseil en gestion opérationnelle des RH
- L'assistance en l'animation des instances représentatives du personnel
- La formation en management et techniques RH
- La politique de rémunération
- L'audit social (réglementaire, climat social)
- Le recrutement
- La réalisation de bulletins de salaires
Contactez nous par téléphone : **02 97 37 94 66**,
par mail : **info@supenergie.com**, par fax : **02 97 37 30 62**
PAI du Moustoir BP 70224 56402 AURAY cedex

A la recherche de la juste compétence

La démarche est proche de celle de Kemper Gastronomie à Quimper. Ce service Traiteur réception emploie 12 salariés encadrés par deux responsables en cuisine et logistique. Le dirigeant, Dominique Le Borgne, a contacté lui-même BRH+ *"pour être plus conforme à mon projet d'entreprise. J'ai repris l'activité il y a trois ans, je voulais mettre en place une structure et définir chaque poste avec les bons mots, pour être capable de recruter efficacement si besoin"*. Issu d'une grosse structure, le dirigeant se sent à l'aise pour mener les entretiens individuels et établir le plan de formation : *"je compte aussi sur les ressources extérieures comme l'UMIH et notre cabinet comptable et je fais partie des réseaux DCF (Dirigeants commerciaux de France) et Acecor (club de repreneurs de la CCI de Quimper). L'entreprise, c'est de l'organisation. Il faut d'abord trouver les bons collaborateurs, leur donner de l'autonomie, définir les règles. En contrepartie de mes exigences, je dois donner de l'information"*, précise le patron qui présente un compte-rendu d'activités lors des réunions hebdomadaires.
Citons encore les Transports Pelé à Pont-de-Buis (29). Cette entreprise de 26 salariés, spécialisée dans le transport de matières dangereuses, a fait appel à BRH+ car *"j'ai un fort attachement social et je suis issu du CJD"*, explique Patrick Pelé, *mais j'ai créé mon entreprise en 1995 en parfait autodidacte et je n'avais pas toutes les méthodes."* Actuellement, la gestion des ressources humaines est assurée par le binôme chef d'entreprise et responsable comptable. *"Nous avons appris une méthodologie pour écouter et prévoir. Nous donnons toujours l'information d'avance par exemple sur l'évolution du gasoil, les nouvelles embauches, nous avons créé un livret d'accueil et un parcours d'intégration"*. Patrick Pelé consacre *"deux heures à la machine à café le lundi matin, pour conserver le lien humain avec mes chauffeurs que je ne vois pas de la semaine"* et pour entretenir la flamme : *"la meilleure défense contre la crise c'est d'arriver avec le sourire chez le client"*. Le dirigeant vient de recruter une assistante de direction issue d'un grand groupe, elle sera chargée de l'intégration des salariés. *"Nous*

BretagnEco P2:Bretagne economique 30/01/09 15:42 Page 27

CLAUDE LE REDDE, DIRECTEUR GÉNÉRAL SALAISONS CELTIQUES (ONNO) PONTIVY (56)

Travailler sur le **long terme**

"En trois ans, 30% de nos 400 salariés sont partis à la retraite. Nous avions anticipé les départs depuis près de dix ans, mais nous avons été surpris par la loi de 2003 sur les carrières longues qui a précipité le mouvement. De plus, jusqu'ici les bassins d'emploi de Pontivy et de Saint-Méen, où sont implantées nos deux unités de production, étaient caractérisés par un chômage faible (-5 %), nous mettant en concurrence avec les autres employeurs. Nous nous sommes ouverts aux personnes expérimentées (45-50 ans), aux jeunes et à des salariés venant d'autres secteurs. Nous leur proposons un contrat de professionnalisation d'un an débouchant sur un CDI. Ils se forment pendant sept mois en centre de formation (nous avons développé un module spécifique sanctionné par un Certificat de qualification professionnelle) et en entreprise, où ils sont accompagnés par des tuteurs formés. L'important est qu'ils acquièrent les bases d'une culture en matière d'hygiène, de sécurité et de technologie, que nous mettons régulièrement à jour. Chaque salarié bénéficie de deux à trois jours de formation chaque année. Nous faisons aussi beaucoup de communication. Enfin, pour fidéliser et soutenir la motivation du personnel, nous favorisons la promotion interne et nous nous sommes organisés en équipes autonomes de production. L'important c'est de travailler sur le long terme".

Présentation des consignes qualité

La santé
de votre entreprise
dépend de la vôtre
La solution pour vous protéger :
Radiance a créé Pack Profils
Forte de son expérience et de la confiance de 141 000 professionnels indépendants, Radiance a créé une nouvelle protection intégrale spécialement conçue pour répondre à vos besoins en matière de complémentaire santé et de prévoyance.
Simple et personnalisé, Pack Profils vous permet d'accéder au meilleur tarif à une protection santé souple et performante. De plus dans le cadre de la loi Madelin, vous profitez d'une déduction fiscale de vos cotisations.
Découvrez les nombreux avantages du Pack Profils Radiance, rencontrons-nous !
Radiance
www.radiance.fr
La Mutuelle qui va à l'essentiel
RENNES - 5 bd de Lattre de Tassigny
VANNES - 12 bd de la Résistance
Tél 02 99 29 66 00

BretagnEco P2:Bretagne economique 30/01/09 15:42 Page 26

Astellia propose à ses nouveaux salariés un parcours d'intégration sur mesure

la matière au management, reprend Dany Sellier. *L'entrée par les coûts devient trop étroite et l'entreprise doit prendre en compte les demandes individuelles d'évolution pour attirer, motiver, accompagner du personnel compétent, surtout dans les plus petites structures qui n'ont pas une image forte et ont besoin de se différencier pour recruter". "Des dysfonctionnements apparaissent, qui ne s'expliquent que par un défaut d'organisation ou de management",* reprend Jean-Paul Miossec.
"Si l'on peut penser que la démarche de séduction et de fidélisation des talents vaut surtout sur des postes de cadres ou des postes en tension sur le marché du travail, la question se pose aussi pour les autres emplois : si l'entreprise n'entretient pas leur motivation, certes ils ne vont pas forcément partir mais ils vont se démobiliser, ce qui est très contre-productif !"

La fonction RH n'est pas forcément confiée à une personne mais elle peut relever du DAF ou du directeur de production en accord avec le dirigeant. L'entreprise peut aussi prendre un responsable RH à temps partiel ou à temps partagé, ou avoir recours à un consultant.
"Dès que les dirigeants goûtent au confort de pouvoir réfléchir, construire, consolider leurs politique et pratiques en RH en s'appuyant sur une personne dédiée ou des membres qualifiés de leur comité de direction, ils ne peuvent plus s'en passer", constatent nos interlocuteurs. Particulièrement en PME, la fonction RH est un excellent appui pour la direction, les managers et les salariés, *"elle donne du sens, des valeurs, des moyens"*, souligne le président de l'ANDRH.

Une relation à construire

Ce que confirment les entrepreneurs. *"J'ai repris en avril dernier les Ets Mahou à Guingamp, une entreprise de second oeuvre qui compte aujourd'hui 12 salariés. Il s'agit en général d'ouvriers qualifiés dont certains ont 20 ou 25 ans d'expérience,* témoigne Stéphane Drobinski. *La gestion administrative est confiée à une secrétaire comptable à mi-temps et j'assure la gestion prévisionnelle des compétences. Pour moi la GRH, c'est savoir gérer les projets individuels, faire évoluer et s'épanouir les personnes pour les fidéliser. J'ai mis l'accent sur l'autonomie dans l'organisation des chantiers en installant des chefs d'équipe. Il faut beaucoup d'écoute : tous les quinze jours, le lundi matin, je consacre une heure pour donner des points de repère sur l'activité. C'est un mode de management qui donne du sens au travail, qui motive l'ouvrier en le sortant de son rôle de simple exécutant. Le mot d'ordre est la transparence".* Au-delà des avantages acquis, *"on construit une relation d'équipe autour de la conscience professionnelle".*

La piste des réseaux

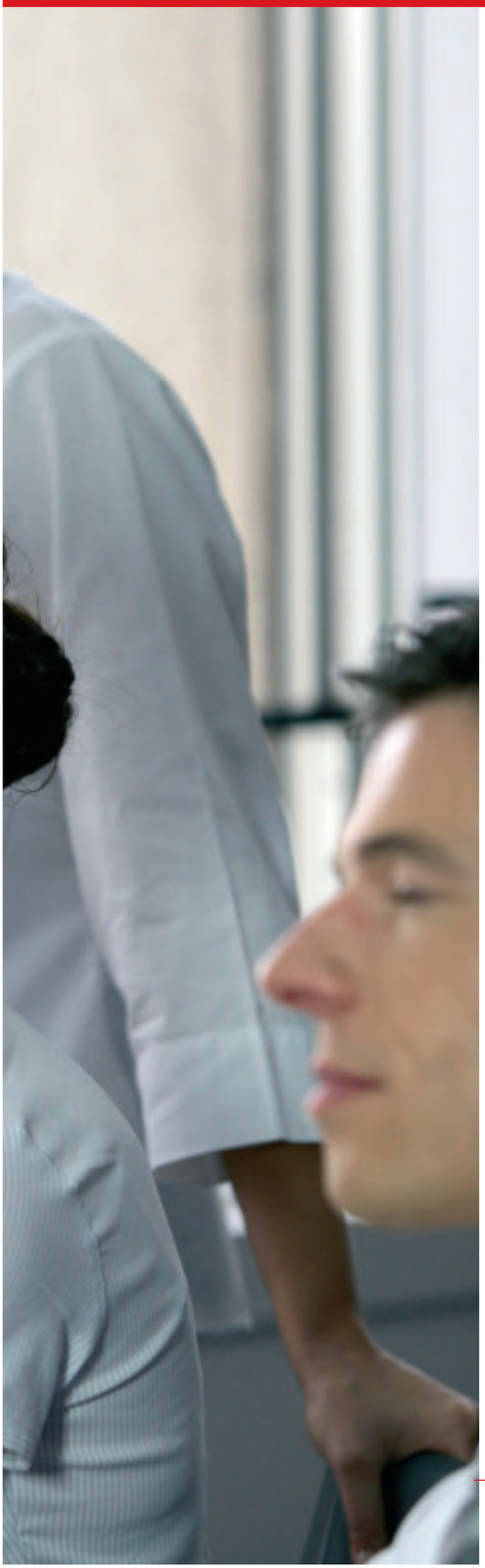
Les réseaux – citons Plato, le CJD, APM, Germe, les centrales d'achat et les syndicats professionnels – jouent un rôle actif dans la formation des dirigeants aux gestions sociales. *"Le CJD amène une vision, celle de l'entreprise au service de l'homme,* souligne Michel le Chapelain, président du CJD Morbihan. *Sur le plan national, nous avons travaillé notamment sur la sécurisation des parcours professionnels et sur la diversité"*… Ces réseaux appuient les initiatives pilotées par la Région comme "Bretagne ressources humaines + (BRH+)".

Suite page 28

BRH+, **une démarche exemplaire** au plan national

La gestion des compétences est aujourd'hui l'un des enjeux majeur de la compétitivité des entreprises bretonnes. Financée par l'Europe, l'Etat et la Région, animée par la CRCI Bretagne en collaboration avec les CCI et les organisations professionnelles et un réseau d'experts, PBRH+ accompagne gratuitement les PME de moins de 250 salariés dans la mise en place de la gestion de leurs ressources humaines. BRH+ traite, à la demande du chef d'entreprise, des sujets sensibles comme la fidélisation et l'intérêt au travail, l'intégration des nouveaux ou des jeunes dans le métier ou l'élargissement des profils de recrutement (femmes, seniors)… A ce jour, 380 entreprises ont bénéficié de cette opération. Les dirigeants concernés expriment leur satisfaction d'avoir fait évoluer dans leur entreprise les emplois et les compétences et, plus globalement, leur management.

BretagnEco P2:Bretagne economique 30/01/09 15:42 Page 25



La ressource humaine est un facteur clé de la performance. De plus en plus de PME se retrouvent sur ce principe, se structurent et le mettent en application de manière innovante.

Le chiffre à retenir : 15 salariés

C'est, selon les observateurs, *"le seuil à partir duquel on commence à mettre en place une stratégie de développement, où, pour l'asseoir, on a besoin d'une organisation, c'est-à-dire d'une définition des métiers, d'une délégation du management et d'un contrôle pour rassurer les collaborateurs et rendre le dirigeant plus libre pour entreprendre"*, explique notamment Jean-Paul Miossec, consultant.
"Ce n'est pas spontané pour une entreprise, de taille petite ou moyenne, d'avoir conscience du besoin d'une fonction RH structurée, au-delà des missions d'administration du personnel. Sauf convictions profondes du dirigeant !" confirme Dany Sellier, consultante, Vivement demain (35). Ou encore : *"On a coutume de dire qu'on a besoin d'un DRH à partir de 300 personnes"*, précise François Fillâtre, Apec Bretagne, qui souligne pourtant un intérêt nouveau : *"Entre 2006 et 2008, on note une augmentation de + 50 % des offres touchant la fonction RH. Globalement, le secteur des services est plus demandeur que l'industrie, le commerce ou les transports car il emploie des personnels plus qualifiés qu'il faut garder et dont il faut développer les compétences. Mais la demande se propage dans toute l'économie bretonne pour des bacs+4 et +5"*.
"Manifestement, l'approche RH se diffuse, car le droit du travail se complexifie et l'approche par la certification met en avant la variable humaine, investissement complexe à gérer efficacement", poursuit Jean-Ange Lallican, président de l'ANDRH (Association nationale des directeurs de ressources humaines) Ouest.

Effet de seuil, risque de crise

En dehors de la créativité du législateur et de la pression normative, le mouvement s'explique par au moins trois facteurs : le déficit en compétences disponibles, la croissance des effectifs et ses "effets de seuil", enfin la reprise par des cadres venus de grands groupes qui doivent adapter leur management à la structure qu'ils reprennent.
Le dirigeant perçoit alors le besoin *"de donner une présence et de*

BretagnEco P2:Bretagne economique 30/01/09 15:42 Page 24

LA FONCTION RESSOURCES HUMAINES DANS L'ENTREPRISE

Donner du sens au travail

BretagnEco P1:Bretagne economique 30/01/09 15:46 Page 23

SPÉCIALISÉE DANS LES FLEXIBLES ET RACCORDS ASEPTIQUES, L'ENTREPRISE FAMILIALE, RAPID KICOLL, CHANGE DE MAINS

Trouver le bon repreneur

Depuis le 1er janvier, Annie et Patrick Allain ont passé les commandes de leur entreprise à Loïc Malléjac, ancien ingénieur chez Schneider Electric. A 42 ans, ce cadre expérimenté reprend sa première affaire. Histoire d'une transmission.

Loïc Malléjac, entouré d'Annie et Patrick Allain

"*J'aurai 60 ans en juin prochain et nous avions décidé, avec mon mari, qu'à un million d'euros de CA, nous arrêtions… du moins nous transmettions, car il n'est absolument pas envisageable de s'arrêter,* s'exclame Annie Allain. C'est chose faite ! Patrick et Annie Allain dirigent Rapid Kicoll depuis 20 ans. L'entreprise a été créée en 1926, à Quintin, par le père de Patrick pour y développer toute une gamme de tuyaux et de raccords, en particulier dans le domaine des garages automobile. En 1974 quand le fils intègre l'entreprise, il décide de diversifier le portefeuille clients et se tourne vers le marché des IAA.

Le 1er CFIA fait décoller les ventes

1990, nouvelle étape : Annie et Patrick Allain reprennent ensemble l'entreprise, s'installent en région rennaise, à Saint-Gilles, et créent les conditions pour renouveler une clientèle désormais tournée vers l'agro-alimentaire, véritable moteur de l'économie bretonne. A l'époque, le CA de Rapid Kicoll est de l'ordre de 170 000 euros. Avec le recul et les événements actuels, ce virage stratégique a sans doute été essentiel pour la pérennité de la PME. En 1996, la première édition du Carrefour des fournisseurs de l'industrie agroalimentaire (CFIA) est l'occasion de rencontres fructueuses avec les principaux acteurs du marché. LNA, Roullier, Jean Floc'h, pour ne citer qu'eux, les poussent à investir. *"Il a fallu aller sur le marché européen pour trouver les tuyaux répondant aux exigences du secteur, à savoir des tuyaux avec sertissage aseptique garantissant l'absence totale de migration et une "nettoyabilité" totale après utilisation. Nous signons à cette époque un partenariat stratégique avec l'italien MTG qui fabrique sous marque Rapid Kicoll ces tuyaux haut de gamme. A charge pour nous de dessiner les plans des raccords avec le profil le mieux adapté au sertissage,"* explique Annie et Patrick Allain. Dans la foulée, le site Internet est lancé. Avec 30 visiteurs/jour, il ouvre très vite les portes de l'international (aujourd'hui, 5 % du CA).

> Jusqu'à la fin, nous nous sommes occupés de nos clients.

Ce partenariat exclusif, allié à un savoir-faire ancestral, a très vite séduit Loïc Malléjac, le repreneur. *"J'ai profité d'un bilan de compétence pour prendre, fin 2007, mes premiers contacts : CCI, CRA (Cédants & repreneurs d'affaires), … j'ai eu très vite de très bonnes sensations ! Après un premier échec sur un dossier, je me suis rapproché du cabinet Finance & Stratégie (35), d'un expert-comptable ainsi que d'un bon avocat pour finaliser au mieux mon offre. Il est indispensable de faire appel à des compétences extérieures."*

Tout s'est fait dans la transparence avec le personnel

De son côté, le couple Allain avait ses exigences : *"Quand, en février 2008, nous avons eu les premiers contacts avec Félix Jolivet du Cabinet JTB, tout le personnel (5 salariés) était au courant de notre démarche . Pour assurer au mieux leur avenir, nous ne voulions pas de grands groupes. Nous avons regardé 5 dossiers et, sur les 3 restant en lice, Loïc Malléjac présentait un atout majeur aux yeux de nos partenaires italiens : sa jeunesse ! Pour le reste, une fois la décision prise (en mai 2008), nous avons tout délégué au cabinet JTB. Nous étions ainsi dégagés de toute la partie affective qu'entraîne une transmission"* confie Annie Allain qui ne peut s'empêcher de nous souffler qu'un projet de création est déjà dans les tuyaux !

Après avoir démissionné fin décembre, les deux ex-dirigeants interviennent pour neuf mois encore en tant que consultants auprès de Rapid Kicoll : à plein temps les 3 premiers mois, puis à mi temps et enfin à 3/4 temps. *"Nous consacrons au moins une journée par semaine à aller voir, ensemble, les clients"*, conclut Loïc Malléjac. 5 banques ont donné un avis favorable à son dossier. Il a bénéficié en sus d'un prêt de 25 000 euros de Bretagne Entreprendre, 15 000 euros du CCRE et d'un contrat de développement transmission sur 7 ans avec Oséo. Nous étions pourtant fin septembre 2008 !

Véronique Maignant

BretagnEco P1:Bretagne economique 30/01/09 15:46 Page 22

ALLO FRUITS DE MER, LA NOUVELLE FRANCHISE BRETONNE

Homard m'a ressusciter

Alain Cadet aime les défis. Quand personne n'y croyait encore, il s'est lancé dans les boutiques de téléphonie mobile. Aujourd'hui, il lance une franchise de livraison de fruits de mer à domicile.

Les aléas de la vie n'ont pas épargné Alain Cadet. De succès professionnels en drames familiaux, il a toujours su rebondir. Pour aujourd'hui, après fortune faite dans la téléphonie portable en ayant été un des premiers à y croire, il se fait plaisir en appliquant sur le terrain son intime conviction : les Bretons gagneront en valorisant l'image de leur pays. *"On parle sans cesse de crise de la pêche. C'est une réalité que je comprends mais à laquelle on n'apporte pas, selon moi, de solutions de terrain. Je veux montrer qu'en utilisant notre image régionale, on peut vendre plus et mieux."* Au départ, il s'agit d'un hasard. Alain Cadet est appelé à l'aide par un ami qui connaît des difficultés dans son activité de mareyage. Il injecte de l'argent par solidarité mais les résultats ne sont pas à la hauteur. Alors il décide de prendre les rênes de l'entreprise avec un regard extérieur. Les viviers de Plougrescant seront sauvés selon ses critères : valorisation de produits frais et ouverture au public. De là à imaginer au réveillon 2007 de proposer une livraison gratuite de plateaux de fruits de mer chez les particuliers sur le secteur de Lannion-Guingamp. Le succès est au rendez-vous et Alain Cadet pense aussitôt à étendre le concept.

Un concept bretono-breton

Réveillons 2008 : Alain Cadet ouvre simultanément un centre de réception en bacs d'eau de mer, spécialement conçus sur son idée, pour les fruits de mer pêchés par des bateaux affrétés en Manche dans le Val-de-Marne à Chevilly-Larue et une boutique près de la rue de Rivoli dans le 1er arrondissement de Paris. Trois véhicules estampillés sont prêts à sillonner la capitale pour livrer à la part araignées, tourteaux, langoustines, huîtres, crevettes, palourdes, bigorneaux… au maximum une heure et demi après leur cuisson ou ouverture. *"A Noël, nous avons livré 100 plateaux, puis 250 pour la Saint-Sylvestre à raison de 25 euros la portion de base par personne, je n'espérais pas un tel résultat pour un premier essai. La démonstration a été faite de la viabilité de l'entreprise et a permis de peaufiner le concept."* Ainsi, Alain Cadet concentrera à l'avenir la préparation des plateaux sur sa boutique du centre de Paris pour éviter les bouchons routiers retardant la livraison rapide depuis la banlieue. *"Au magasin, nous avons aussi vendu beaucoup d'huîtres et de homards à emporter pour une clientèle proche, ce qui me conforte dans l'idée de boutiques au plus près des consommateurs."* Des produits ultra frais bénéficiant de l'image Bretagne, une préparation à la commande par téléphone ou internet, une livraison gratuite en un temps rapide... le concept est finalisé.

Mai-juin partout en France

"J'ai créé ce principe de boutiques livrant des plateaux de fruits de mer gratuitement à domicile, comme des pizzas, pour susciter des vocations. Le retentissement du lancement sur Paris a amené de nombreuses candidatures, de toute la France, de Carcassonne, Metz, Rouen… et même de Bretagne ! A partir de mars, j'étudierai les dossiers pour lancer le premier réseau de ce type en France." Parmi les obligations des futurs franchisés "Allo fruits de mer", l'accueil, la rapidité de livraison… et des produits uniquement bretons. *"Mes viviers et les bateaux qui travaillent pour moi depuis Saint-Malo ou Loguivy seront les uniques fournisseurs obligatoires. C'est ma contribution à la pêche bretonne pour qu'elle ne dilapide pas son travail auprès de gros acheteurs réduisant les prix."* A court terme, du pain de seigle made in Breizh et du vin blanc de Loire-Atlantique compléteront l'image armoricaine. *"Je garderai toujours un contrôle sur ce qui se fait dans les "Allo fruits de mer" dont les premières boutiques ouvriront en mai-juin partout en France."*

Yves Pouchard

BretagnEco P1:Bretagne economique 30/01/09 15:46 Page 21

ARCADIE AUTOMOBILES, CONCESSIONNAIRE RENAULT

Les atouts de la marque pour traverser l'épreuve

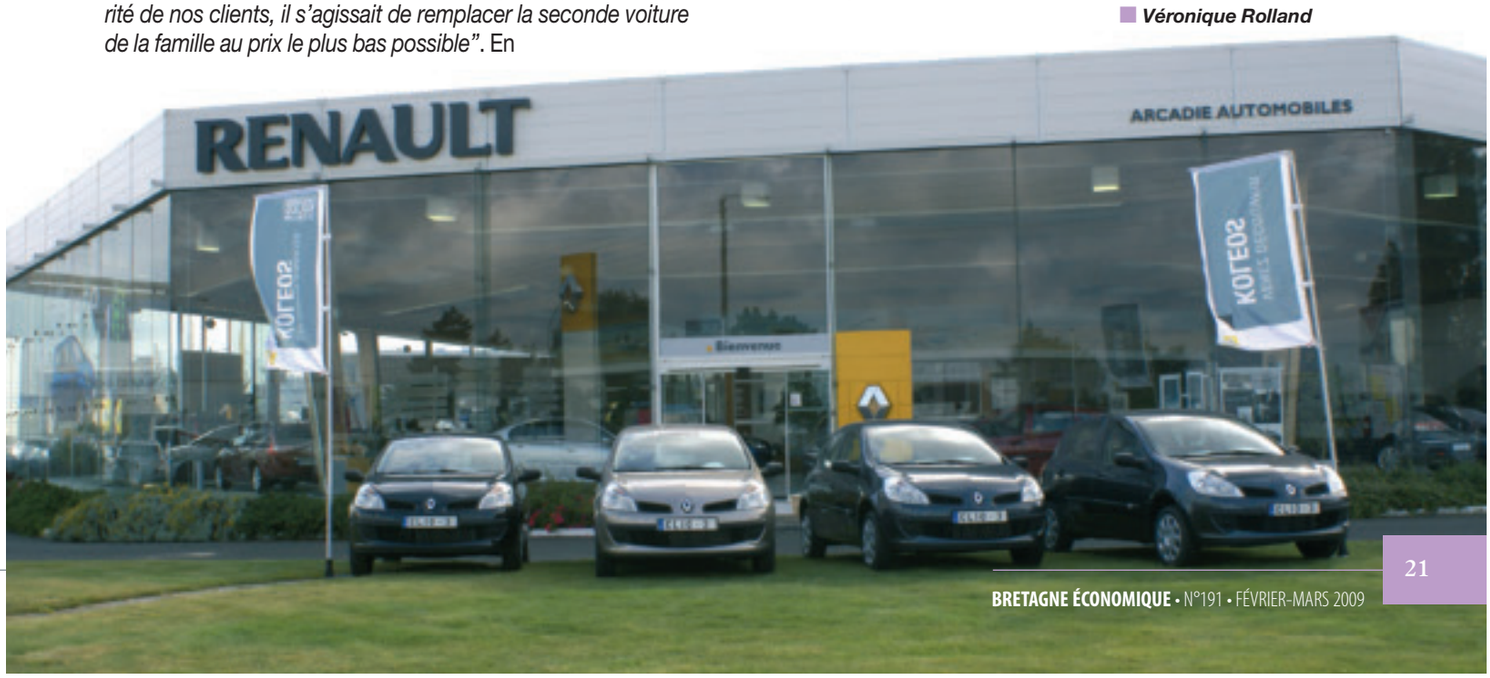
A l'heure où, d'états généraux en plans de soutien, le secteur automobile tente de faire face à la crise mondiale qui le frappe, localement, les concessionnaires français semblent être encore peu touchés… Pour l'instant ! A Saint-Brieuc, chez Arcadie Automobiles, on fourbit ses armes. La bataille, encore incertaine, est attendue de pied ferme.

"On me reprend 1 000 euros, même pour l'achat d'une occasion", de chaque côté de l'avenue occupé par la concession Renault, installés bien en vue sur le bord de la chaussée, les véhicules peints en orange vif arborent le message en lettres noires. Selon Jean-Eudes Gouilly-Frossard, directeur général d'Arcadie Automobiles (4 concessions Renault dans les Côtes d'Armor), ces aides lui ont permis de résister, alors que les ventes de voitures en Europe subissaient leur plus forte baisse depuis 15 ans (-7,8% en 2008). *"Grâce au bonus-malus issu du Grenelle de l'environnement et à la prime à la casse, le marché français comme celui d'Arcadie a été boosté, nous permettant même de faire de meilleurs résultats qu'en 2007"*. 2 480 commandes en 2008 contre 2 300 en 2007, dans les concessions d'Arcadie, le mois de décembre s'est même clôturé de manière aussi exceptionnelle qu'inattendue : + 30 %. Mais difficile de dire si les aides gouvernementales auront un effet éphémère ou à long terme. En attendant, il s'avère qu'elles dynamisent essentiellement la vente de petits véhicules. *"Les trois-quarts de nos véhicules sont vendus avec des reprises et les aides gouvernementales,* souligne Jean-Eudes Gouilly-Frossard. *Un sur trois concerne une Twingo car pour la majorité de nos clients, il s'agissait de remplacer la seconde voiture de la famille au prix le plus bas possible"*. En attendant, derrière les grandes baies vitrées, la nouvelle Mégane trône en bonne place. *"Elle vient tout juste de sortir et il est trop tôt pour chiffrer ses résultats. Mais elle est plébiscitée par nos clients et les premiers résultats sont encourageants"*.

Pas question de se voiler la face

C'est de l'autre côté de l'avenue, côté Service après-vente et atelier que les effets d'un pouvoir d'achat en berne se sont fait sentir, avec une fréquentation en baisse de 5 % en 2008. En vertu de l'équation suivante : carburant trop cher égal moins de kilomètres, égal moins d'entretien… Côté véhicules d'occasion, surtout sur les modèles récents, même constat dans tout le réseau Renault : -16,6 % sur les modèles de moins de 1 an. *"Nous nous attendons également à une baisse de nos ventes de véhicules neufs,* indique le directeur général. *Le constructeur prévoit une baisse de 6 % en France. Alors nous savons qu'un mur nous attend, mais de quelle nature et de quelle épaisseur ? Aujourd'hui, impossible à dire"*. Pour autant, l'homme se veut combatif et en attendant, pas de catastrophisme. Réactivité, imagination et moral sont les mots d'ordre auprès des 240 salariés du réseau Arcadie. De Lamballe à Guingamp et Paimpol en passant par Saint-Brieuc, il s'agit d'abord de mettre en œuvre tous les outils du marketing direct, déjà employés en 2008. *"Arcadie dispose de 35 agents,* relève Jean-Eudes Gouilly-Frossard. *Aujourd'hui, c'est en allant vers le client, en exposant dans les grandes surfaces et sur les marchés que l'on gagnera en volumes"*. Pas question de se voiler la face donc, mais on compte sur les atouts de la marque pour traverser l'épreuve. *"Avec une gamme jeune, une motorisation peu polluante et le développement de petits modèles, Renault est la mieux armée pour affronter la crise. Et ceux qui s'en sortiront, s'en sortiront plus forts"*, conclut Jean-Eudes Gouilly-Frossard.

Véronique Rolland



BretagnEco P1:Bretagne economique 30/01/09 15:46 Page 20

AGENDA

■ 19 et 20 février, **formation étanchéité à l'air des bâtiments bois basse consommation** au domaine de Kerguéhennec (56)
Contact : 02 99 27 54 26

■ **Assises régionales de l'industrie agro-alimentaire** le 2 mars
Contact : 02 99 28 21 00

■ **Salon international de l'éco-construction Ecobuild 2009**, du 5 au 9 mars en Grande-Bretagne à Londres
Contact : 04 76 28 28 40

■ **CFIA**, Carrefour des fournisseurs de l'industrie agro-alimentaire, du 10 au 12 mars au Parc expo de Rennes aéroport
Contact : 02 99 52 68 42 – www.cfiaexpo.com

■ **13ème édition du salon Serbotel Atlantique**, salon interrégional des métiers de bouche et de l'hôtellerie du 15 au 18 mars au parc des expositions de la Beaujoire à Nantes
Contact : www.serbotel.com

■ **Gen2bio** – rencontres biotech organisées par Ouest Génopole – le 31 mars au Palais des congrès Atlantia à la Baule (44)
Contact : www.gen2bio.org

■ Du 2 au 5 avril, **Planète durable**, le salon éco-conso & style de vie - découvrir les solutions pour un monde meilleur Parc expo porte de Versailles à Paris
Contact : www.planete-durable.com

■ **Ouest Industries**, Salon interrégional de l'industrie, du 21 au 23 avril 2009 à Rennes Parc expo
Contact : 02 99 22 84 12 www.ouest-industries.com

ACCÈS AU CRÉDIT :
BANQUES ET ENTREPRISES SE RENVOIENT LA BALLE

Perspectives de croissance en 2009 pour BGS ...si les banques suivent

Gérémy Boyer, dirigeant de BGS

De Landivisiau, Gérémy Boyer a créé en 2005 Batteries Global Services (BGS), première et unique entreprise française de régénération de batteries industrielles, référencée par l'Ademe et nominé au prix Crisalide décerné par Créativ, en janvier dernier, aux entreprises initiant de nouvelles activités porteuses de développement économique. *"Le procédé technique a été mis au point par un Français,* développe le gérant, *qui devant la résistance des revendeurs de batteries sur place est parti depuis 2 ans développer son innovation au Canada. Là-bas, ça marche très bien pour lui ! Aussi a-t-il été assez difficile de le convaincre de revenir quelques semaines en Bretagne pour transférer sa technologie ! Mais, mon passé de marin, passionné de technique et de résolution de problèmes, l'a convaincu de m'accompagner. Sa technologie permet de doubler la longévité d'une batterie quand elle est traitée neuve, soit une durée de 10 ans au lieu de 5, et pour une batterie déjà usagée, on peut augmenter jusqu'à 50 % sa durée de vie."* Quand on sait que sur un matériel comme un petit transporteur de palettes, la batterie de 24 volts coûte 1 000 euros soit le 1/3 du prix total, on comprend que cette performance technique et environnementale ne soit pas sans inquiéter les vendeurs de batteries. Ils n'ont d'ailleurs pas facilité la vie de Gérémy Boyer à ses débuts.

A qui sert le fonds de garantie ?

Aujourd'hui, de grands industriels français comme Michelin, Loxam, Kiloutou ou encore la DCNS de Brest ont adopté cette technologie en phase avec un modèle de développement durable. *"Pour 2009, les perspectives sont vraiment encourageantes. Michelin va étendre le procédé à ses 14 sites français et me sollicite également pour ses sites européens, même généralisation pour Kiloutou. Je développe la branche marine avec Penn Ar Bed et celle du transport avec Kéolis puisque je traite déjà 50 % des bus de la ville de Brest. J'espère également convaincre les industriels bretons de l'intérêt économique de mon procédé, mais là, les résistances aux changements sont plus fortes, surtout quand une entreprise comme la mienne n'a pas encore une grande notoriété."* Pour assurer son développement, Gérémy Boyer a prévu de recruter commercial et technicien. *"C'est tout l'objet de mes discussions, aujourd'hui, avec les banquiers. Je constate qu'ils ne veulent prendre aucun risque surtout si on est une TPE avec moins de 50 salariés, qui ne représente pas un dossier politique. Pour ma demande de prêt de 45 000 euros, j'ai obtenu la caution d'Oséo à hauteur de 70 %. Pour les 30 % restants, les banques exigent une caution personnelle alors qu'elles pourraient faire appel au fonds de garantie"*, conclut ce chef d'entreprise, bien décidé à obtenir son prêt pour prospérer et créer des emplois.

■ ***V.M.***

La résidence hôtelière Duguesclin à Dinan adhère au CEPR depuis novembre 2008

En matière économique, un temps fort du club a été l'opération "Revel Job" menée les 24 et 25 octobre. Ce concept novateur créé par le CEPR vise à rapprocher les 15-25 ans du monde de l'entreprise grâce à des stands ludiques et créatifs, des speed-meeting et des mini conférences. *"On voulait tout, sauf un forum de l'emploi ! Le budget de 100 000 euros a nécessité un an de préparation. Les 70 entreprises présentes sur le village ont accueilli 3 000 jeunes sur 2 jours, en partenariat avec 27 lycées et collèges."* Avec un ticket d'entrée à 150 euros, le club attire de nombreuses entreprises. *"Nous serons 150 d'ici peu,* affirme son président, en charge également de la communication. Une lettre d'information mensuelle, la refonte du site Internet, l'amélioration de l'intranet et la mise sur pied d'un gros évènement pour accroître la notoriété du CEPR sont à son programme, au moins jusqu'en juin 2010, date de la fin de sa présidence.

Séduite d'emblée par les hommes et les projets

"En arrivant à Dinan durant l'été 2008, j'ai tout de suite cherché à m'intégrer dans le tissu local, explique Rozenn Jamet, directrice d'exploitation de la Résidence hôtelière Duguesclin ouverte en juillet dernier avec 5 salariés. *J'ai fait le tour des différentes associations professionnelles et c'est sans aucune hésitation que j'ai adhéré le 27 novembre au CEPR à l'issue de leur réunion mensuelle présentant les grandes orientations pour l'année 2009. Dinan est une vraie destination touristique qui mérite d'être mieux valorisée car elle vit un peu dans l'ombre de Saint-Malo. Cette volonté du club d'être un véritable acteur du développement économique, aux côtés des élus, m'a particulièrement plu. Je me suis inscrite dans la commission convivialité car la rencontre et l'échange avec d'autres chefs d'entreprise sont également essentiels."*

Mise en place d'une cellule permanente de dialogue

Depuis 1996, Frédéric Moy dirige JPF Industries (Groupe J.P Fauche comptant 1 000 personnes en France) à Dinan. L'entreprise compte 85 salariés pour un CA de 10 millions d'euros. Spécialisée dans l'électricité industrielle, les réseaux informatiques et la connectique, cette multiactivité lui permet aujourd'hui de faire face à la crise. *"Même si on ressent une tension sur les prix, les projets sont là et ils vont bien finir par sortir. Il faut juste avoir un petit trésor de guerre pour tenir quelques mois."* Fréderic Moy, par ailleurs président de la PFIL de la Rance et membre de l'Upia, s'est mis au service du club depuis son origine. *"L'activité économique de Dinan est aujourd'hui très dynamique du fait de l'investissement de nombreux chefs d'entreprise dans les réseaux locaux. Au club, nous sommes une cinquantaine à être très actifs. Notre statut est aujourd'hui largement reconnu par les politiques en place. Nous sommes non seulement force de proposition, mais à même de les influencer. Cette année, on attaque un nouveau pallier au sein de la commission développement économique (8 personnes) en créant une cellule permanente de dialogue avec les élus et l'ensemble des réseaux et ce de manière à attirer des porteurs de projets. Nous allons faire une veille permanente pour dynamiser le tissu économique du Pays de Dinan."*

Véronique Maignant

BretagnEco P1:Bretagne economique 30/01/09 15:46 Page 18

CLUB DES ENTREPRISES DU PAYS DE RANCE (CEPR), ACTEUR DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

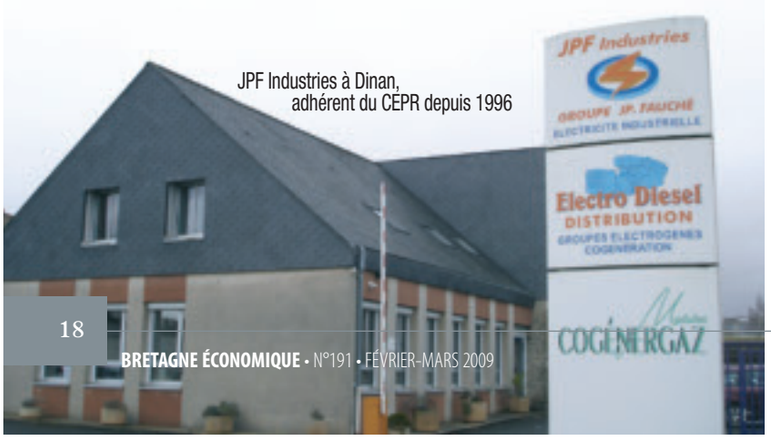
Con-vi-via-li-té !

Didier Lorre, président du CEPR

En 2010, le CEPR fêtera ses 10 ans. Avec 140 adhérents, son président, Didier Lorre, le définit comme le 1er club d'entreprises indépendant de Bretagne. Développement économique, convivialité et mise en réseau sont les priorités fixées par le nouveau bureau élu pour 2 ans.

"Nous sommes en pleine croissance avec 20 % d'adhésions supplémentaires enregistrées depuis juin 2008," souligne Didier Lorre, président de ce club d'entreprises créé en 2000 sur le Pays de Dinan. *Si, aujourd'hui, 90 % des membres sont installés sur la Communauté de communes de Dinan (18 communes au sein de la Codi), notre volonté est de nous ouvrir sur le Pays de Saint-Malo. Le club doit être pilote et acteur dans la mise en place de projets favorisant le développement économique et ce, en lien direct avec les représentants économiques locaux ou régionaux."* Cette volonté d'action, Didier Lorre la met également au service de son agence de communication créée il y a plus de 7 ans. Aujourd'hui, son entreprise affiche une marge brute de 450 000 euros, emploie 6 salariés et voit son activité croître de 20 % par an.

"Quand je suis rentré au club fin 2002, lors de la cérémonie des vœux du maire, je connaissais à peine cinq chefs d'entreprise. Cette année, sur les 200 personnes présentes, seules cinq m'étaient inconnues ! confie-t-il. *En prenant la tête du club en juin dernier, ma première préoccupation fut de connaître les attentes de chacun."* Une enquête fut donc lancée et sur les 14 grands thèmes identifiés, 90 % tendaient à vouloir favoriser les échanges. *"Quand les gens se connaissent, il est beaucoup plus aisé de les mobiliser sur des projets."* Une commission convivialité a donc été mise sur pied. Elle organise une fois par mois un speed-meeting entre les membres. Le but : présenter en 7 minutes son activité aux autres chefs d'entreprise. Un trombinoscope présentant les hobbies de chacun a également été réalisé et un CEPR Trophy est sur les rails. Il s'agira d'un championnat intello-sportif, par équipe. Par ailleurs, et parce que chaque réunion mensuelle ne fait pas nécessairement le plein, un rendez-vous hebdomadaire a été lancé début 2009, "le CEPR Patio…nément". *"Tous les jeudis soir vers 19h30, nous nous retrouvons au Patio bar à Dinan. Au moins trois membres du bureau sont présents. Cette convivialité est essentielle pour la pérennité du club."*



JPF Industries à Dinan, adhérent du CEPR depuis 1996

Le développement économique en lien avec les élus : fer de lance du CEPR

"Nous voulons apporter notre expertise aux élus de la Codi et travailler en étroite collaboration avec tous les réseaux, CCI des Côtes d'Armor, CCI du Pays de Saint-Malo, jeune chambre économique… Nous avons autant de compétences que d'adhérents au club. Problème de logistique, de bâtiment ou de transport, notre expérience permet d'apporter des solutions rapides à tout nouvel arrivant. Nous sommes les mieux à même de vendre les atouts du Pays de Rance à tout nouveau porteur de projet potentiel," poursuit le président. C'est d'ailleurs à cette fin que le CEPR s'est fortement impliqué, dès son origine, il y a 3 ans, dans le projet du golf de 27 trous et hôtel 4 étoiles sur les 100 ha des anciens terrains militaires d'Aucaleuc. *"Les premières fondations de ce programme immobilier démarreront enfin cette année. 80 emplois sont prévus. Nous n'avons cessé de pousser ce projet auprès des élus. Heureusement, le porteur de projet a fait preuve de patience."* Le club vient de créer une cellule pour aider les entreprises adhérentes en difficulté à surmonter cette période de crise. *"Nous sommes à même de répondre concrètement à des questions sur le licenciement économique, le chômage technique, les problèmes de trésorerie, le report du délai de paiement, de la TP etc."*

BretagnEco P1:Bretagne economique 30/01/09 15:46 Page 17

à 2 ans", évalue Jean-Louis Saltel. Jusqu'à la commercialisation in fine, *"directement auprès de sociétés de service qui intègrent nos technologies dans leurs propres outils, à l'image de PDO/Sultanat d'Oman ou encore de Gaz de France."*

Innovation filtrée

Parallèlement à la période de développement, Saltel *"continue à travailler sur les brevets"*, réflexion entamée dès l'amont. *"D'où tout un "processus d'innovation" en interne qui passe par différents filtres avant même d'accéder à la faisabilité. Cela permet un tri d'idées. Ensuite, nous nous posons la question des savoir-faire de l'entreprise. Si une nouvelle idée signifie nouveau métier, pas question de s'y engouffrer ! Nous ne devons pas sortir de notre expertise. Arrive alors la nécessité de vérifier que notre innovation est brevetable, c'est-à-dire que nous ne sommes pas en train de travailler sur le terrain d'une autre compagnie et que nous pourrons tout à la fois nous protéger."*
Ni contrefacteur, ni (potentiellement) copié : pas question de tirer les marrons du feu (du puits) pour les autres. *"On regarde 3 000 brevets. Nous avons confié notre veille technologique à l'Arist[2] pour un coût annuel d'environ 2 500 euros et une fois bien informés, on commence par un dépôt en France. Il faut compter 5 000 euros. Il ne faut surtout pas hésiter à déposer, d'autant plus que pendant 30 mois, le temps de nous assurer que notre innovation est pionnière ou de "second ordre (avec des marchés alors différents), nous restons couverts via la notion de brevet international qui nous garantit le cas échéant une priorité sur d'autres pays. Il existe de fait le moyen de déposer le brevet "pour l'Europe", mais c'est moins cher pour nous de le déposer pays par pays là où sont nos marchés."*
Cette innovation permanente est aujourd'hui récompensée. Saltel vient de recevoir le trophée national de l'innovation décerné par l'Inpi. Chaque année, seules 3 entreprises françaises reçoivent cette distinction.

Serge Marshall

[1] Chemins en acier expansé par hydroformage
[2] Agence régionale d'information scientifique et technique, constitué d'une équipe d'une quinzaine de personnes basée à la CRCI Bretagne à Rennes et travaillant pour le compte des entreprises bretonnes

2009
36 ANNEES D'EXPERIENCE
MAITRISE D'OEUVRE BATIMENT DEPUIS 1973
COBI
ENGINEERING
Réalisation
CONCEPTION ET REALISATION
L'INTERLOCUTEUR UNIQUE
2009 Année DURABLEment ECOnomique
Soutient l'Economie Régionale
Livraison des 12 C5 Tourer aux conducteurs de travaux
Rue Charles de Gaulle - BP 74 147 - 22 100 DINAN
Tel : 02 96 39 18 37 - Fax : 02 96 85 37 99
www.cobi-sa.com - contact@cobi-sa.com
Agence de Rennes :
1 rue du Capitaine Dreyfus
35 136 Rennes St Jacques de la Lande

BretagnEco P1:Bretagne economique 30/01/09 15:46 Page 16

"IN"...novation

SALTEL, LAURÉAT NATIONAL DES TROPHÉES DE L'INPI

L'innovation est au fond du puits

Avec une expertise articulée autour de la haute pression, de l'élastomère et de l'industrie pétrolière, Saltel Industries (Le Rheu-35) a mis au point trois technologies. Enjeu pour la PME qui vise 4,5 millions d'euros de résultats en 2009 : s'imposer sur l'innovation de rupture. Via un "processus d'innovation" serré au boulon près. Entre réflexion en amont et dépôt de brevets, un mot d'ordre : ne pas sortir de son métier.

Une 1ère technologie (obturateurs gonflables) en phase de commercialisation… Une seconde (les "expansibles"[1]) prête à passer en phase de tests/terrain… Et une 3ème (tuyaux flexibles haute pression) en phase de développement pour un horizon test à deux ans : et dire que Jean-Louis Saltel a commencé dans… son garage.

Sachant qu'il a "très bien vendu" sa précédente affaire, Drillflex, à Schlumberger, on ne peut s'empêcher de taquiner le président de Saltel. Alors quoi ? On voulait jouer les Géotrouvetout tout seul dans son coin pour mieux pouvoir dire qu'on est une success-story débutée entre le pot d'échappement et le fil à linge ? *"Pas du tout,* s'amuse l'homme. *Vous pouvez vous gausser mais, tout d'abord, mon garage était assez grand et vous n'êtes jamais sûr de l'issue de vos affaires quand vous lancez une nouvelle société."*

Cela dit, 6 mois plus tard, il a bien fallu pousser les murs. *"On a très vite bougé au Rheu dans 1 500 m²"*, dans lesquels s'activaient l'an passé 25 salariés (19 en 2007, 14 en 2006…) et sans doute 7 à 8 de plus cette année. L'entreprise va déménager en mai prochain dans un nouveau bâtiment (2 millions d'euros d'investissements) où un puits de 6 m de profondeur destiné à monter à 200° pour simulation sera creusé ! C'est une nécessité au regard des 4 phases indispensables à la mise au point d'un produit : Faisabilité - Développement - Feeltests - Commercialisation

La preuve par 4

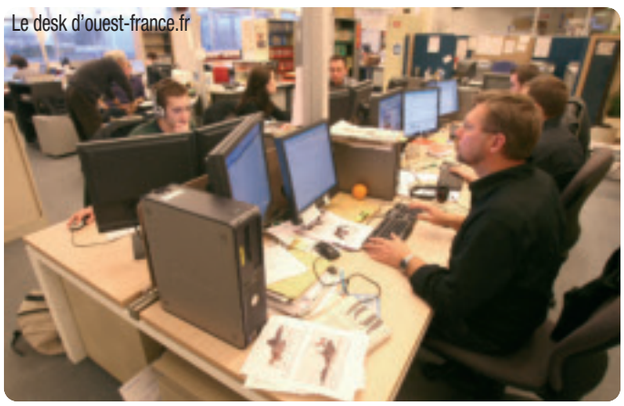
"La faisabilité, c'est le coup de projecteur destiné à évaluer si la technologie sur laquelle nous décidons de nous pencher avec un ingénieur à mi-temps, voire à plein temps, est intéressante." Budget ? De 50 000 à 100 000 euros. *"Se met ensuite en place le processus de développement proprement dit, conçu "à la lettre près"*, insiste Jean-Louis Saltel. *Dans l'industrie pétrolière, le développement est excessivement complexe avec des coûts qui varient et se chiffrent en dizaines de millions d'euros. L'enjeu pour nous est de leur démontrer qu'avec telle nouvelle technologie, elles courent peu de risques. D'autant plus que c'est notre réputation qui est en jeu : imaginez que nous bouchions un de leurs puits, c'est alors irréversible !"*

Une fois cette efficacité démontrée (via les tests en laboratoires avec un puits reconstitué et le développement "théorique" pour un coût estimé à 1 million d'euros avec 4 ingénieurs attelés de 1 à 4 ans) suit l'étape des feeltests ! Le live en quelque sorte. *"Il s'agit bien des essais sur le terrain. Nous allons voir les compagnies pour faire des essais, de 10 à 15. Cela prendra 1*

BretagnEco P1:Bretagne economique 30/01/09 15:46 Page 15

Ouest-france.fr : 4 millions de visiteurs par mois

Fonctionner à la manière d'une agence de presse, via une "vraie rédaction bi-média". *"Pour Ouest-France, le tournant a été pris en juin 2005, avec un accord global"* rappelle Eric Bullet, rédacteur en chef délégué d'ouest-france.fr. *"Internet peut aussi faire avancer le contenu du papier avec une réactivité équivalente aux autres médias "chauds", TV et radios, mais aussi en défendant dans les pages du journal un point de vue, une explication, des repères… Bref ! Le sens de l'information."*


Le desk d'ouest-france.fr

Avec l'équivalent de 8 % des recettes du journal opérés en ligne contre 6 % il y a seulement deux ans, le 1er quotidien de France (diffusion totale 2007 : 793 790 exemplaires/source OJD. Ndlr) n'a certes pas à rougir. *"Avec un bémol,* ne dissimule pas Eric Bullet. *Sur le net, ne sont en effet ici concernées que les petites annonces, notamment via le couplage papier-web que nous proposons aux annonceurs. Une "donne" que le ralentissement de l'activité (immobilier, marché automobile…) peut cette année entraver."* C'est pourquoi, en 2009, le site du journal s'est attaché à ouvrir des pages locales (Rennes, Nantes…) de manière à capter ainsi des annonceurs, *"même si le rapport entre le support papier (publicité : 44 % des 357 millions d'euros de produits bruts en 2007. Ndlr) et le site Internet est de 1… à 100."* Avec 4 millions de visiteurs par mois, ouest-france.fr se situe aux alentours de la 9ème place des sites d'information en France, au même niveau que Libération ou Le Point. *"On doit faire mieux ! Cette place n'est pas en rapport avec notre diffusion papier. Nous avions en fait deux marques : ouest-france.fr et maville.com. Nous allons aujourd'hui reprendre la main sur la première avec une alimentation en permanence et notre "desk" – un millier d'infos différentes par semaine ! – animé de 7 h à 1 h du matin par une équipe de 5 personnes mais aussi… par nos 550 journalistes. D'autant plus que notre récent référencement Google a boosté le trafic avec 35 % des internautes en Ile-de-France." Soit une progression d'audience de l'ordre de 130 à 150%."* Un argument de poids pour les annonceurs en… national.

Serge Marshall

MODULE CRÉATION
créateur d'espaces modulaires
Vestiaires | Bureaux | Foyers | Ecoles | Locaux techniques | Commerces...
Constructions modulaires
Une architecture d'avance !
Route de Rennes • 22230 MERDRIGNAC • Tél. 02 96 67 47 47 • Fax 02 96 67 47 48
e-mail : info@modulecreation.fr • www.modulecreation.fr

BretagnEco P1:Bretagne economique 30/01/09 15:46 Page 14

Maumas, jeune rédacteur en chef de 28 ans. *"Aujourd'hui, je peux dire qu'entre le MGM "print" et sa déclinaison en ligne, ce sont deux formats qui se complètent mais ne se cannibalisent pas. Avec la version papier, nous prenons du recul sur l'information via des dossiers et des thèmes aussi différents que la santé, la sexualité ou l'islam dans le Golfe. Alors qu'une information en ligne, gratuite qui plus est, doit être différemment traitée. En moyenne, le site propose 3 à 5 dépêches quotidiennes avec une information plus factuelle. Pour autant, même si notre rédaction est bi-média, nous ne traitons pas tout sous prétexte que nous avons un site. Se posent les questions de hiérarchisation et de vérification de l'information. Le web, c'est une temporalité différente mais pas question de perdre en crédibilité."* Avec à ce jour près de 1 000 visiteurs/jour contre 250 lors de son lancement, le site a convaincu les internautes – *"pour arriver sur notre site, ils tapent le nom du titre. C'est notre marque"* – et les annonceurs. *"Nous proposons diverses formes d'annonces et de formats. En décembre, nous avions deux bannières. Cela dit, lancer un site représente un coût. Nous avons pu opérer pareil investissement parce que nous avons toujours pensé "développement"*. Le MGM, c'est 8 produits entre le journal papier, l'édition de guides, de suppléments, plus une boutique en ligne. *"Nous remplissons ainsi notre cagnotte. Et nous allons structurer notre force commerciale pour le net."*

Des journalistes du Télégramme en formation à la vidéo

Photo : Claude Prigent

"La niaque au corps", l'équipe lance ce printemps Le Mensuel de Rennes (60 pages) *"sur fonds propres et avec un fidèle lecteur du Mensuel du Golfe"*. Il s'agit de Patrick Guérin, actuel dirigeant de la société vannetaise Celtipharm. Il prend 10 % du capital de la société éditrice Scrib.

Rédaction multimédia au Télégramme

Courant 2008, la réflexion multimédia battait son plein au Télégramme (500 000 connexions/mois en moyenne) *"avec, étalées sur un an, 30 à 40 heures de discussion pour, début décembre, aboutir à la signature d'un accord d'entreprise,* se réjouit Olivier Clech, rédacteur en chef et responsable du développement multimédia. *La rédaction est appelée à devenir progressivement multimédia. Tout en continuant son métier sur le papier, elle alimentera notre site portail d'information. Quatre à cinq recrutements sont prévus.*

Ce virage de la Toile, le journal l'a pris très tôt, en 1996 ! *"Nous avons ainsi été l'un des premiers sites régionaux à avoir basculé gratuitement en ligne la totalité du journal."* En 2007, c'est le lancement du JTWeb. Un reporter d'images recruté, l'achat de deux caméras fixes et d'une petite régie et la formation de volontaires au montage et à la présentation face caméra : le journal met 100 000 euros sur la table *"avec la création d'un studio intégré au cœur de la rédaction. En affirmant : le multimédia est bien l'affaire de la rédaction dans sa globalité, on a posé un axe de travail fort et on a pu amorcer les mutations à suivre."* Et la rentabilité dans tout ça ? Si le journal confirme quelque 35 millions d'euros de rentrées publicitaires annuelles, Olivier Clech reconnaît *"que les incertitudes sont telles que même en 2008 la publicité en ligne n'a pas encore décollé. Cependant, certaines préventions vont tomber. Souvenons-nous des réticences apparues au moment du brouhaha infernal des ondes avec les radios locales. Je crois que, pareillement, les annonceurs vont comprendre qu'ils ont intérêt à aller sur la toile. A nous en revanche d'être extrêmement vigilants avec, encore et toujours, la crédibilité de l'info !"* Mise en ligne fin janvier, près d'un million d'euros a été investi dans la nouvelle version du site letelegramme.com. Un million d'euros qui servira à former les équipes de journalistes de la rédaction à Internet et à la vidéo, ainsi qu'à l'achat d'une trentaine de caméras. Les journalistes seront également équipés de téléphones portables pouvant prendre des photos ou des films d'une qualité suffisante pour le web.

Sans la version en ligne, La Lettre Economique de Bretagne n'existerait plus

Constat on ne peut plus clair de la part de Stanislas du Guerny. Créateur, il y a 24 ans de cela, de La Lettre Economique de Bretagne, le journaliste a "structuré" la mise en ligne de sa lettre il y a 5 ans avec un choix : *"pour le même prix que précédemment (220 euros à l'année) l'entreprise abonnée reçoit désormais, en plus de La Lettre papier deux fois par mois, la quotidienne directement en ligne, sur 5 adresses mail communiquées par la PME. Elle a aussi accès aux archives."* Un package et un investissement (n.c.) *"opérés sur fonds propres"*. Avec des abonnements en progression depuis ces 5 dernières années, le professionnel, par ailleurs correspondant pour le quotidien Les Echos, défend la nécessité d'une information de qualité. *"Les entreprises ont accès à une information multi-canaux et gratuite sur Internet ? Mais avec quelle pertinence ? Quelle rigueur ? Il faut tendre au contraire vers une vraie plus-value. Cela fait 24 ans que je fais ce travail."* Avec chaque jour un, voire deux bandeaux publicitaires sur la version en ligne, Stanislas du Guerny a su convaincre même s'il ne se *"targue de rien. Quand on voit ce qui se passe actuellement, on ne peut qu'être prudent.*

BretagnEco P1:Bretagne economique 30/01/09 15:46 Page 13

FACE À LA RÉVOLUTION NUMÉRIQUE, LA PRESSE CHERCHE SON MODÈLE ÉCONOMIQUE

Quand le lecteur se "presse" en ligne...

Avec un taux de pénétration de 60 % contre 37 % en moyenne nationale, la presse quotidienne régionale (PQR) est on ne peut plus sur ses "terres" en Bretagne. Pourtant, entre le vieillissement de son lectorat, l'apparition des gratuits (20 minutes, Métro...) et la mise à disposition sur Internet d'une information quasi en temps réel et... gratuite, les principaux titres sont ébranlés dans leurs fondements historiques, voire dans leur métier.

"Un lecteur en ligne rapporte dix fois moins qu'un lecteur sur papier"

La mise en ligne de l'information nécessite des investissements humains et techniques, mais pour quelle rentabilité ? *"Le nouveau modèle économique de la presse face à la révolution numérique reste encore à trouver"*. Ces propos, tenus par Bruno Patino au premier jour du congrès de la Fédération de la presse française, ont d'emblée pointé les tâtonnements et risques associés "aux nouveaux modèles". Le président du groupe de travail de ces Etats généraux de la presse qui se tenaient en novembre dernier précise : *"on voit aujourd'hui comment un site internet peut vivre mais pas comment un équilibre entre un quotidien et un site peut faire vivre l'ensemble. Et personne ne connaît la ou les solutions"*. Et de pointer que la vente de contenus sur internet "ne décollait pas" et que la publicité y était "déjà en mutation", des moteurs de recherche comme Google captant l'essentiel des ressources. Membre de la direction internationale du groupe de médias norvégien Schibsted, Frédéric Filloux soulignait quant à lui que, partant du fait *"qu'un lecteur en ligne rapporte dix fois moins qu'un lecteur sur le papier, les hommes et les structures vont devoir s'adapter et créer un nouveau type de journalisme où on ne raisonnera plus en termes de pages mais d'éléments d'information et où les fonctions de recherche de l'information et d'édition sur différentes plates-formes seront séparées."* D'où de nouvelles réflexions stratégiques : *"démarches de l'innovation", "besoin d'investissements et de capacités à inventer", "capacité à faire face à l'innovation" et à former les cadres des journaux."*

"Dès le lancement du Mensuel du Golfe, il fallait un site"

Quatre journalistes et deux commerciaux, onze numéros par an pour 56 pages, un tirage entre 5 500 et 6 000 exemplaires dont la vente en kiosque seule s'établit entre 3 300 à 4 000 numéros, quelque 700 abonnés et un CA de 370 000 euros : belle réussite "papier" ! Pourtant, pour Le Mensuel du Golfe du Morbihan (MGM) lancé en 2004 par 4 jeunes étudiants issus de l'IUT de journalisme de Lannion, le web s'est d'emblée imposé comme une évidence. *"Dès le lancement du Mensuel, il fallait un site en face. Sinon, ça ne faisait pas très sérieux à nos yeux. Nous sommes de la génération d'Internet, c'était un réflexe,"* rappelle François

Photo : Romain Joly

François Maumas, rédacteur en chef du MGM

BretagnEco P1:Bretagne economique 30/01/09 15:46 Page 12

INTERNATIONAL

De Rennes, Caractères et Caetera passe la barre des 2 millions d'euros de résultat. Créée il y a 10 ans, la société de traduction compte aujourd'hui 25 collaborateurs. *"Nous sommes à même de traduire dans une cinquantaine de langues"*, précise le créateur, Vincent Renard . Principe de la société : *"nos collaborateurs traduisent toujours dans leur langue maternelle. Imaginez qu'un client de l'IAA nous demande de traduire "pâte molle" en espagnol, mieux vaut que ce soit une personne dont c'est la langue maternelle qui le fasse. Cela évite des traductions hasardeuses ou "originales". Cela peut être l'avocat qui intervient lui-même dans les process Export d'une PME, par l'agence de communication de Le Duff, pour traduire ses packagings, ou directement par Bridor…"* Enjeu de la société : le recrutement. *"Nos traducteurs doivent aussi être dotés de compétences techniques, comme au moment d'intervenir dans la traduction d'un litige dans le bâtiment par exemple."* A noter que Caractères "s'exporte" très bien. Après des filiales ouvertes en Chine, Espagne, Grande-Bretagne et Madrid en 2008, la société vise cette année Philadelphie aux USA et l'Allemagne. Elle associe à chaque fois l'un de ses collaborateurs qui souhaite "rentrer au pays" et développe de fait sur place l'activité.
Contact : 02 99 78 50 50

FORMATION CONTINUE **EN ALTERNANCE**

LICENCE MIAGE
méthodes informatiques appliquées à la gestion

Construite pour répondre aux besoins des PME et PMI la licence MIAGE a pour objectif de former des professionnels qualifiés : administration de réseaux, conception, gestion et développement d'applications simples, de bases de données et de sites internet, gestion de projet et d'activité.

Cette formation bac+3 **en alternance** (contrat et période de professionnalisation) s'adresse à des personnes salariées ou en recherche d'emploi qui souhaitent compléter leurs connaissances dans le domaine de l'**informatique appliquée à la gestion**.

Rentrée : **septembre 2009.**

UNIVERSITÉ DE RENNES 1

Service formation continue
4, rue Kléber - 35000 Rennes
tél. 02 23 23 39 50
http://sfc.univ-rennes1.fr

INNOVATION

Un catamaran de 8 mètres pour Trégor Composites. Créée en septembre 2007 par cinq associés, Trégor Composites (Lannion) s'est fixé trois axes de développement : construction de bateaux à l'unité (voiliers ou autres), construction de voiliers de série et sous-traitance composites toutes industries. Ce positionnement des technologies avancées se fait via la technique de l'infusion, à savoir que la résine est aspirée à travers les tissus de renfort à l'aide d'une pompe à vide. Gérant majoritaire de la société, Thierry Roger bénéficie de 14 ans d'expérience dans le domaine du nautisme. Trégor Composites se lance actuellement dans la production de catamarans 8 m *"là où il n'y pas d'offre, donc un créneau à exploiter ! Avec une version performante (racing, basic, wing…) et une autre croisière côtière"* explique le dirigeant. Un marché que la concurrence elle-même va... doper. *"J'ai repéré au dernier salon nautique qu'un gros du nautisme se lançait également sur le créneau. Tant mieux ! Avec sa puissance en termes de communication et de marketing, il va attirer l'attention des médias et cela va nous être profitable car les journalistes sont friands d'essais comparés. Un premier sera construit sur fonds propres par le chantier (50 000 euros). Communication dans la presse dès avril avant une présentation en septembre au Grand Pavois."* D'ici là, le chantier, en tant que sous-traitant composite, aura fini de mouler la coque d'un 9,5 mètres et de réaliser 50 sulkies, pour le compte d'un revendeur hippique.
Contact : 06 82 43 63 32

SFR - S.A. au capital de 1 343 454 771,15 € - RCS Paris 403 106 537.

Monter un business c'est d'abord une bonne idée et une bonne équipe.

Yseulys Costes, fondatrice de 1000mercis.com

LE PACK ENTREPRENEURS DE SFR

Parce que SFR accompagne plus de 700 000 professionnels, nous savons que la simplicité est essentielle pour lancer son business. SFR Business Team Pro lance sa **nouvelle offre globale dédiée aux créateurs d'entreprise :** téléphonie fixe, Internet haut débit et forfait mobile. Une offre complète qui comprend également le service SFR, avec **installation et assistance sous 48 heures.** À découvrir rapidement dans votre espace SFR.

sfrbusinessteam.fr/pro

SFR Business Team Pro
Faire équipe avec vous

Pack Entrepreneurs de SFR à partir de 69,80€ TTC/mois (pour 24 mois) incluant l'offre neufbox de SFR en zone dégroupée (29,90€ TTC/mois – sans engagement) + le Forfait Pro Ajustable 3H (à partir de 39,90€/mois pour 24 mois + 6€/mois pour 12 mois). + les 10€ de réduction sur le Forfait Internet 3G+ Ajustable 3H (à partir de 10€/mois pour 24 mois pour 3H de connexion + 6€/mois pour 12 mois). Offres disponibles séparément et soumises à conditions. SERVICE SFR : Installation garantie : valable pour les lignes neufbox de SFR activées. Assistance téléphonique au 1077 (temps d'attente gratuit depuis une ligne neufbox de SFR, puis tarif d'un appel local depuis une ligne fixe en France métropolitaine) du lundi au dimanche de 8h à 22h (hors jours fériés) pour l'installation de la neufbox. Si nécessaire, nous envoyons un technicien à votre domicile sans frais. Assistance 48H : réservée aux clients neufbox activés ayant contacté le Service Client. Nous mettons tout en œuvre pour vous dépanner sous 48H et vous informons des actions en cours sur votre ligne ADSL. Chiffre au 01/01/2009. **Détails en point de vente.**

BretagnEco P1:Bretagne economique 30/01/09 15:46 Page 10

DEVELOPPEMENT

Les quatre fondateurs de Refresh IT Solutions

■ **Augmentation de capital en vue pour Refresh IT Solutions qui sera, ce mois-ci, avec Microsoft, à Paris.** Avec 1,7 million d'euros de résultats en 2008 contre 1,2 million d'euros sur l'exercice précédent (sur 14 mois), la société, implantée à Rennes et spécialisée dans les solutions automatisées pour les opérations de migration (messagerie et postes de travail), est *"très en pointe sur la technologie Microsoft,* explique Serge Soulet, l'un des quatre fondateurs. *Nous sommes aujourd'hui partenaires de la firme au point de réfléchir ensemble pour présenter cette année aux USA, à leurs côtés, nos projets et produits."* D'ici là, la société, passée à 18 salariés en 2 ans, présente ces jours-ci à Paris aux Microsoft Tech Days, salon professionnel rassemblant les principaux acteurs et experts de l'écosystème Windows, "Refresh Control", son nouveau produit. Il permet à l'utilisateur de limiter le recours à l'équipe de support technique. Portée par cette reconnaissance, Refresh IT Solutions envisage pour 2009 une augmentation de capital *"via l'intégration des résultats. On n'ira pas chercher ailleurs"* et a déjà budgété sa masse salariale à 24 personnes.
Contact : 02 99 84 01 10

■ **Progression à deux chiffres pour Inariz (Lamballe)** qui investit 350 000 euros en automatisation de ses lignes d'emballage. Avec 3,5 millions d'euros de résultats en 2008, la PME de 18 salariés (transformation de riz en produits élaborés) intervient en complément de sa maison-mère Siacom/Holding Maubour *"sur le sec, GMS et hard discount, de la Hollande au Benelux en passant par l'Angleterre"*, explique Guillaume Mounier, directeur. Inariz commercialise auprès de ces enseignes des produits à forte valeur ajoutée. *"Nous sommes conscients de la tendance à l'augmentation de la consommation sur les MDD et l'entrée de gamme. Alors que notre produit, le prêt-à-réchauffer en 2 mn, est plutôt "premium". Pour autant, il nous faut continuer à aller dans ce sens avec toujours de nouvelles recettes et de références à base de riz sauvage ou de mélange riz-blé…"* Surfer sur la "vague des repas équilibrés" ? Pour Inariz, c'est bien l'enjeu de 2009 avec dorénavant une personne dédiée à la R&D dans son laboratoire et un responsable Qualité. Mais aussi l'automatisation de ses lignes d'emballage.
Contact : 02 96 50 90 90

■ **C'est désormais officiel, Even, Coopagri Bretagne et Terrena regroupent leurs activités laitières au sein d'une même SAS dont le nom sera communiqué le 1er juillet prochain.** *"C'est un moment important pour l'agro alimentaire, nous créons la 1ère entreprise coopérative de l'Ouest, dans le 1er bassin laitier français et le 2nd au niveau européen"* déclare Christian Couilleau, directeur général d'Even et futur directeur de ce nouvel ensemble coopératif laitier. La présidence reviendra à Dominique Chargé, du groupe Terrena où il est président des activités laitières. Au sein de ce holding dont le siège social sera basé à Brest, Even aura la majorité des parts avec 50,57 %, Terrena 31,01 % et Coopagri Bretagne 18,42 %. La SAS sera composée de 1 850 personnes pour un CA de 1,1 milliard d'euros dont 40 % réalisés à l'export. Elle collectera 1, 2 milliard de litres de lait auprès de 4 000 producteurs. Sa transformation se fera à travers 6 outils industriels (2 dans le Finistère, 3 dans les Côtes d'Armor et 1 en Loire-Atlantique). *"Nous avons programmé 100 millions d'euros d'investissements dans les 3 ans à venir, à répartir entre les différents sites, poursuit Christian Couilleau afin de diversifier notre gamme de produits et développer nos activités de nutrition-santé"*. Enfin, la nouvelle direction affirme que ce regroupement se fera sans fermeture de site, ni licenciement.

De g à d : Dominique Chargé (Terrena), Denis Manac'h (Coopagri Bretagne), Guy Le Bars (Even), Hubert Garaud (Terrena), Christian Couilleau (Even)

Collectif des acteurs économiques
contre la taxe Borloo en Bretagne

Continuons à être mobilisés
après l'action du 4 février au péage de la Gravelle

Signez la motion contre la taxe Borloo en Bretagne sur **www.bretagne.cci.fr**

Dites Oui à la protection de l'environnement, Non à la taxe Borloo en Bretagne, Pour le maintien de la gratuité des routes

BretagnEco P1:Bretagne economique 30/01/09 15:46 Page 9

PÔLE EMPLOI : LA BRETAGNE EXPÉRIMENTE UNE STRATÉGIE COMMERCIALE VERS LES ENTREPRISES

Créer une relation de confiance

La fusion Assedic/ANPE officiellement opérée le 1er janvier dernier, le tout nouveau Pôle emploi Bretagne peut désormais lever le voile sur ses principaux objectifs, notamment ceux en faveur des entreprises. Rencontre avec Thierry Dorance-Houssay, son directeur.

Thierry Dorance-Houssay, directeur du Pôle Emploi Bretagne

"Dans cette création, je me suis fixé cinq objectifs majeurs, parmi lesquels l'élaboration d'une véritable stratégie commerciale, ciblée et pertinente vis-à-vis des entreprises bretonnes, commente Thierry Dorance-Houssay qui, avec 1 780 collaborateurs dont 180 rattachés à la direction régionale basée à Rennes, dispose d'un budget de 100 millions d'euros. Depuis le début février, la Bretagne est l'une des huit régions pilotes retenues pour expérimenter des actions nouvelles visant à fluidifier le marché du travail. Elles prendront fin en octobre prochain. *"Nous allons, dans notre région, déployer des outils de façon à recueillir un plus grand nombre d'offres d'emploi auprès des entreprises et anticiper leurs besoins de compétences."* 80 000 entreprises bretonnes relevant du secteur privé et employant au moins un salarié sont susceptibles de confier au Pôle emploi leurs besoins en recrutement. Or, aujourd'hui, celui-ci ne capte *"que 16 à 17 % de la part du marché des offres d'emplois. Ce n'est pas suffisant. Cette part doit tendre à 20 % fin 2009."*

Pour ce faire, le service marketing du Pôle emploi va s'appuyer sur l'enquête annuelle menée auprès des entreprises bretonnes pour mettre à jour une cartographie précise de leurs besoins futurs en main d'œuvre et en types de métiers d'après leurs intentions d'embauche déclarées. *"A travers ces intentions d'embauche,* explique Thierry Dorance-Houssay, *on va faire un tri, repérer 4 secteurs d'activités porteurs, 1 par département, et mettre en place une équipe de 6 personnes en charge d'appeler les entreprises relevant de chacun de ces secteurs."* À charge pour elles de vérifier si les intentions d'embauche sont confirmées et constituer une fiche entreprise immédiatement transmissible au pôle emploi dont elles dépendent. Au nombre de 64 aujourd'hui, les sites pôles emplois fusionnés ne seront que 54 en septembre prochain.

"Concernant les gros comptes, à savoir les 2 800 entreprises bretonnes de + 50 salariés, un grand nombre d'entre eux sera systématiquement prospecté par 6 chargés d'affaires pilotés par un manager. Ils seront de véritables référents entreprises, interlocuteurs uniques et privilégiés des patrons ou DRH, en charge de trouver ensemble toutes les solutions d'embauche. Ils devront également travailler avec les branches professionnelles pour monter des packages formation en fonction des compétences nécessaires repérées dans les PME. Leur mission les amènera aussi à nouer des relations privilégiées avec les collectivités territoriales pour connaître en amont l'implantation de nouvelles entreprises et anticiper leurs besoins, comme ce fut le cas pour l'arrivée d'Ikéa à Brest et Rennes." Pour conquérir et fidéliser le plus grand nombre, les chargés d'affaires devront donc instaurer une véritable relation de confiance avec les PME.

Enfin rappelons-le, toute entreprise désireuse de déposer une offre d'emploi peut le faire à partir du site internet unique pole-emploi.fr.

Véronique Maignant

BretagnEco P1:Bretagne economique 30/01/09 15:46 Page 8

DEVELOPPEMENT

TV corporate du Groupe Samsic développée avec Ouest Audiovisuel et LCS

Ouest Audiovisuel mise sur la WebTV et la TV Corporate. Avec 25 permanents et une cinquantaine d'équivalents temps plein répartis sur 3 sites, dont un siège régional basé à Laillé (35), Ouest Audiovisuel a réalisé un CA 2008 de 3 millions d'euros pour un résultat net supérieur à 10 %. L'audiovisuel sur le Web, Olivier Lombard, son dirigeant depuis 1994, y croit dur comme fer. *"Depuis un an, la vidéo sur Internet est devenue la 3ème utilisation du Web après la messagerie. Ce média est particulièrement émotionnel car il privilégie l'instant. En France, la consommation des films en ligne croît à un rythme de 150 % par an et 4 personnes connectées sur 5 sont en haut débit."* Parallèlement, un certain nombre d'entreprises ont développé leur propre réseau TV interne et externe. C'est le cas du groupe Samsic, créé depuis plus de 20 ans à Rennes. Proposant une offre globale dans les métiers de services, il compte aujourd'hui 54 000 collaborateurs à travers l'Europe, répartis dans 230 établissements. En 2008, Samsic a lancé, avec l'appui technique d'Ouest Audiovisuel et pour un coût de 50 000 euros, Sam TV, une TV corporate intégrée présentant un double objectif : renforcer l'image de l'entreprise auprès de clients prestigieux et développer une communication interne de proximité avec des rendez-vous réguliers pour l'ensemble des collaborateurs.
Contact : 02 99 42 37 00

5 000 tonnes de déchets en plus pour les Recycleurs Bretons. C'est ce mois-ci que l'entreprise spécialisée dans la collecte et la gestion de déchets (7 salariés à Plouigneau-29) sera fixée sur sa demande d'autorisation *"pour plus de tonnages à traiter. On passerait ainsi à près de 30 000 tonnes de déchets traités par an"* précise Anthony Jézéquel, dirigeant, fort de quelque 20 à 25 000 tonnes traitées annuellement mais qui reste attentiste. *"Tout se mettra en place au cours de ce premier semestre et nous monterons progressivement en puissance. Cependant, notre activité reste assez dépendante du bâtiment. Pour 2009, on ne sait pas trop où on va : les prévisions en construction et chantiers de rénovation ne sont pas très optimistes..."* Quoi qu'il en soit, Recycleurs Bretons a réalisé un CA d'1,7 million d'euros l'an passé (contre 1,5 million en 2007) et travaille à faire la différence face à ses compétiteurs locaux. *"Nous devons positionner les avantages et les atouts d'une PME pour mieux faire face aux grands groupes. Prenez le bâtiment, nous pouvons répondre à la demande de rotation des bennes dans les 2 heures !"* Une réactivité qui s'appuie sur "un rayon d'action de 60 km à la ronde" entre le Finistère et les Côtes d'Armor.
Contact : 02 98 79 82 00

imprimerie
SOFAG
Imprimerie SOFAG
ZA de Kéranguéven - BP 21
29590 LE FAOU
Tél. 02 98 81 05 22
Fax 02 98 81 01 64
Prix, qualité, délais courts et respectés... Suivez notre énergie !
contact@sofag.net
www.sofag.net
en Quadri
500 affiches 40 x 60 300€HT
500 affiches 60 x 80 500€HT
5000 flyers R°V° 10 x 15 150€HT
5000 A4 R°V° 300€HT
500 chemises à rabats R°V° 450€HT
1000 brochures 16 p A4 900€HT
25 affiches 120 x 160 750€HT
500 reliures (hors papiers et impression) en Dos Carré Collé 500€HT
Papier cb 115g garanti PEFC,fabriqué, distribué et imprimé en respectant toutes les normes environnementales en vigueur.
Vous nous fournissez un fichier PDF sur notre serveur FTP, le délai vous sera confirmé dès la réception de votre fichier
Découpez le bon ci-dessous et bénéficiez d'une remise de 30 % sur les tarifs de cette publicité
BON pour une remise de
A nous retourner par courrier
30%
Valable sur 1 offre de cette publicité du 1er au 28 février 2009

BretagnEco P1:Bretagne economique 30/01/09 15:46 Page 7

Photo : Véronique Magnant

DEVELOPPEMENT

Gazeley va développer une plate-forme logistique de 18 000 m² à Sainte-Marie-de-Redon en Bretagne. Le Groupe Yves Rocher en a signé le bail de location dans la zone d'activités de la Lande de Saint-Jean. Le nouveau site logistique se spécialisera principalement dans la gestion des stocks et préparation de commandes d'articles de conditionnement destinés aux deux usines du Groupe Yves Rocher de Rieux et de La Gacilly. Le groupe Mory, spécialiste du Supply Chain Management, continuera d'assurer l'animation des activités logistiques et transport d'Yves Rocher sur cette plate-forme. Les travaux ont débuté en janvier et sa livraison est prévue pour début février 2010. *"Nous avons pu finaliser cette transaction, grâce à un solide partenariat avec la Communauté de Communes du Pays de Redon mais également à notre approche auprès des collectivités locales en répondant à des critères environnementaux très poussés. Ce nouveau projet va ainsi permettre de renforcer le tissu économique du Pays de Redon dont la position géographique constitue un hub et pour lequel l'Ille-et-Vilaine a déjà accueilli à ce jour un certain nombre de plates-formes logistiques"*, précise Maité Inglis, Directeur général de Gazeley France.

Une des réalisations de Gazeley : le Magna Park à Vatry

SERUPA
Industrie | Agro-industries | Surfaces commerciales | Collectivités | Loisirs | Stockages et divers
Constructeurs
de réussite
B.P. 49 • Route de Rennes • 22230 MERDRIGNAC • Tél. (33) 02 96 67 43 50 • Fax (33) 02 96 67 43 69
e-mail : serupa@serupa.fr • www.serupa.fr

DEVELOPPEMENT

Ariase a trouvé son modèle économique sur Internet et annonce un CA 2008 d'1 million d'euros.
Ariase a vu le jour en octobre 2002 et compte aujourd'hui 15 personnes. Si les débuts ont été difficiles, Stéphane Pau et son équipe ont réussi à développer un site Internet grand public qui permet de comparer gratuitement toutes les offres ADSL ou câble, forfaits bas-débit ou satellite, téléphonie VoIP illimitée et TV par ADSL et ainsi de s'abonner en toute connaissance de cause. Au-delà de ce logiciel de comparaison de fournisseurs d'accès Internet, le site propose des services gratuits tels que la lettre de résiliation, les tests de vitesse ou d'éligibilité ADSL selon sa localisation et une plate-forme téléphonique avec 5 techniciens répondant à toutes les questions des internautes. Qui paye ? *"On s'est rapproché progressivement de tous les fournisseurs d'accès Internet. Aujourd'hui, ils sont tous référencés sur notre site,* explique François Le Gall, en charge de la communication. *Le service de résiliation en ligne est aujourd'hui un des outils plébiscités par les internautes visitant ariase.com. Le site web enregistre quelque 20 000 visiteurs/mois et arrive en tête des résultats des moteurs de recherche quand vous tapez le simple mot "résiliation"*. Pour se développer, Ariase innove et met au point de nouveaux produits pour la géo-localisation et table sur l'arrivée de la fibre optique, pour mettre en place un nouveau comparateur.

François Le Gall, en charge de la communication chez Ariase

Contact : 02 99 36 30 54

ART BOX
Osez l'art comme vecteur de communication
Valorisez l'image de votre entreprise, votre identité, vos marques.
Votre entreprise, lieu d'accueil d'exposition :
À l'année, pour une porte-ouverte, pour une inauguration, un évènement marquant...
Location d'œuvres d'art, vente
Promotion d'artistes bretons
Des artistes bretons talentueux sélectionnés.
ART BOX - Michel Collin
Espace Créa - Parc Technologique de Soye - 56270 Ploemeur
Tél. 02 97 83 59 83 - Mobile 06 20 77 80 79 - Email : artbox@neuf.fr

Photo : Véronique Maignant

Les toits solaires pour les entreprises, un marché en fort développement. Vus du ciel, entrepôts, supermarchés et autres usines aux abords des villes alignent des milliers de km² de toits inutilisés. L'idéal pour y installer des panneaux solaires et produire de l'électricité sans polluer, une pratique qui commence à se développer en France et en Bretagne où le nombre d'installateurs a bondi depuis 2 ans. Le ministre de l'Ecologie, Jean-Louis Borloo, vient d'annoncer un sérieux coup de pouce à cette activité, en créant un tarif spécial de 45 centimes d'euros le kilowattheure pour les entreprises qui revendront l'électricité ainsi générée à EDF.

L'hôtel rennais 4 étoiles Le Coq Gadby est désormais écologique avec 14 suites HQE (dont 6 à mobilité réduite) réservées à une clientèle de luxe. Pour Véronique Brégeon, la propriétaire, *"le luxe, c'est l'espace, le silence, les services et l'éthique."* L'extension de 1 000 m², inaugurée depuis peu, est entièrement construite sur pilotis afin de conserver la surface de stationnement d'origine. *"Les contraintes d'urbanisme, construire à partir de l'existant et de manière très dense, ont été plus difficiles à appréhender que celles d'ordre environnementales"* explique Emmanuel Hochart, l'architecte. Toute la structure est en bois, du douglas pour l'extérieur et de l'épicéa pour l'intérieur avec isolation extérieure pour éviter les ponts thermiques. L'éco-gestion, à savoir l'utilisation des ressources naturelles est largement développée. *"L'eau de pluie est récupérée dans une cuve de 18 m³ pour des usages domestiques. Les 40 m² de capteurs solaires thermiques assurent 60 % des besoins de consommation en eau chaude et chauffage et les 20 m² de photovoltaïques produisent l'énergie électrique revendue à EDF. L'éclairage naturel est partout présent et il n'y a pas de climatisation du fait de la mise en place d'un système de rafraîchissement"* développe ce spécialiste de la construction environnementale. Coût total de l'opération : 2, 6 millions d'euros.

L'extension en pin Douglas de l'hôtel Le Coq Gadby

Contact : 02 99 38 05 55

BretagnEco P1:Bretagne economique 30/01/09 15:46 Page 5

Le château du Taureau en baie de Morlaix

FINISTÈRE

TOURISME EN LIGNE

Les voyages de groupes en quelques clics

La CCI de Morlaix met en ligne une version entièrement revue du site internet www.finisteretouring.com. Finisteretouring est un service de la CCI de Morlaix conçu pour aider les autocaristes, clubs, associations ou comités d'entreprise à organiser leurs voyages et séjours de groupe. Le site internet met en ligne les prestations de 88 professionnels du tourisme du haut et centre Finistère : hôtels, restaurants, équipements de loisirs. Truffé d'informations pratiques et de conseils, agrémenté de cartes interactives, il offre une présentation épurée, des rubriques simplifiées, une recherche plus ergonomique… Les conseillers de Finisteretouring se tiennent à la disposition des organisateurs de voyage de groupe pour les accompagner dans la construction de leur séjour.

CONTACT : www.finisteretouring.com

MORBIHAN

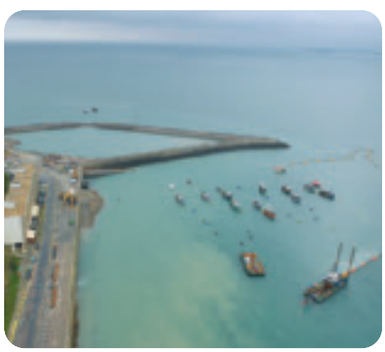
PORT DE COMMERCE

La Région fait confiance à la CCI du Morbihan

Le Conseil Régional de Bretagne a confié pour 10 ans la délégation de service public du port de commerce de Lorient à la CCI du Morbihan. La Chambre de commerce et d'industrie a pris connaissance avec une très grande satisfaction de cette décision. Son offre privilégie l'égalité de traitement des clients, la recherche du moindre coût de passage portuaire et la transparence de la gestion. Une politique ambitieuse d'investissements contribuera à développer de nouveaux trafics au profit des entreprises de toute la région.

CONTACT : 02 97 02 40 00

CÔTES D'ARMOR



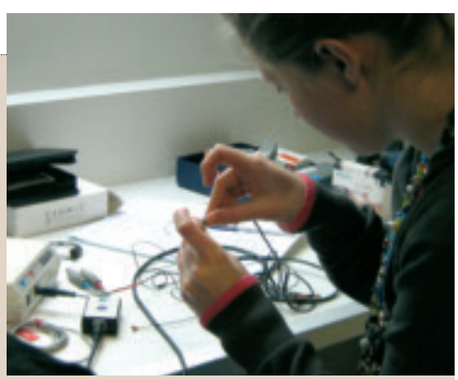
PLAISANCE

La CCI va gérer le nouveau port de Saint-Cast

Les travaux du nouveau port de Saint-Cast, lancés à l'initiative du Conseil Général, sont en bonne voie d'avancement avec une mise en service prévue fin juin 2009. Ce projet permettra l'amélioration des conditions d'accueil des navires de pêche et la création de 780 places sur pontons pour la plaisance. C'est un atout essentiel pour le développement de l'économie de Saint-Cast et des Côtes d'Armor. Une centaine d'emplois vont se créer dans le domaine du tourisme et des activités liées à la vente et à l'entretien des navires. Une cinquantaine de places seront réservées aux professionnels et des espaces à terre pour créer des ateliers ont été prévus. La CCI des Côtes d'Armor vient d'être retenue comme exploitant. Elle a pris l'engagement d'aménager les espaces à terre du port en respectant les principes du développement durable.

CONTACT : Alain Le Roux - alain.leroux@cotesdarmor.cci.fr

ILLE-ET-VILAINE



L'ÉCOLE FOUGERAISE D'AUDIOPROTHÈSE SE DISTINGUE

Cours de culture sonore

L'Ecole d'audioprothèse Joseph E. Bertin, basée à Fougères, accueille chaque année 24 étudiants. Le métier d'audioprothésiste est très recherché et chaque étudiant trouve un emploi avant même d'être diplômé. Ce professionnel de la santé choisit, adapte, délivre et effectue le contrôle immédiat et permanent de la prothèse auditive. Il assure également l'éducation prothétique du déficient auditif appareillé. Un cours de culture sonore a été introduit pour les étudiants de première année qui se transforme en cours de création sonore en deuxième année. L'objectif est de faire comprendre le son globalement et de le faire ressentir : l'équation, l'électronique, la visualisation du spectre mais aussi l'écoute. Cela permet de développer la compréhension de la relation entre une personne et son environnement sonore. L'école de Fougères est pionnière dans ce domaine du son, outil essentiel de l'audioprothésiste.

CONTACT : Ecole d'audioprothèse – CCI du Pays de Fougères – 02 99 94 75 00

Profitez de nos offres jusqu'au 28 février 2009

La France avance RENAULT accélère,

et fait encore plus pour les entreprises !

SPÉCIAL ARTISANS-COMMERÇANTS

Renault Kangoo

Express compact 1.6 90 ch

7500 €(1) HT

SOUS CONDITION DE REPRISE

-1000 €(2) si votre véhicule a + de 10 ans

OFFRES EGALEMENT SUR TRAFIC ET MASTER

Rendez-vous chez votre Concessionnaire ou Agent RENAULT

RENAULT N°1 DES VENTES AUX ENTREPRISES :
EN 2008, 1 UTILITAIRE SUR 3 VENDU EN FRANCE EST UN RENAULT(3)

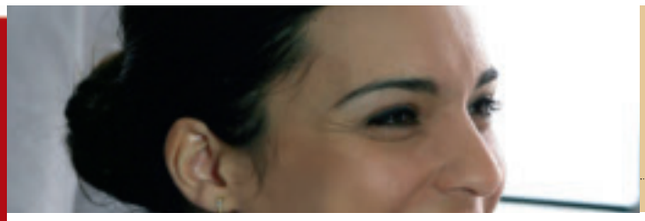
www.renault.fr

(1) Prix conseillé pour un Kangoo Express Compact 1.6 90 à 7500 € HT incluant la remise Renault de 2200 € HT et la prime à la casse Renault de 1000 € HT sous condition de la reprise d'un véhicule de plus de 8 ans destiné à la casse par rapport au tarif n°2177 au 05/01/2009 de 10700 € HT. Offre non cumulable, réservée aux artisans, commerçants et sociétés (hors loueurs et flottes sous protocole), valable jusqu'au 28/02/09 dans le réseau Renault participant. (2) Dans la limite de la mesure gouvernementale annoncée le 4/12/08 pour l'achat d'un véhicule utilitaire neuf et la reprise d'un véhicule de plus de 10 ans destiné à la casse. (3) 33,4% de part de marché des ventes aux artisans, commerçants et sociétés du 01/01 au 31/12/08. Source AAA.

RENAULT

DANS LE RÉSEAU RENAULT OUEST

BretagnEco P1:Bretagne economique 30/01/09 15:46 Page 3



édito

sommaire

ACTUALITÉS

A L'AFFICHE 5
FOCUS : Quand le lecteur se "presse" en ligne 13
"IN" …NOVATION : Saltel Industries (Le Rheu 35) 16

ENTREPRISES

Arcadie Automobiles (22), concessionnaire Renault 21
Allo fruits de mer (22), nouvelle franchise bretonne 22
Rapid Kicoll (35), histoire d'une transmission 23

DOSSIER

La place et le rôle de la fonction RH dans les PME 24
Entretien : Jean-Luc Guillou, délégué général du réseau Germe (Groupes d'entraînement et de réflexion au management des entreprises) 32

GROS PLAN

Frédéric Evanno, créateur de À la cime de l'arbre (35) 33
Nitri Projects (29), la Chine à portée de mains 34

RÉGION

L'accessibilité au marché Bio 35
Développement durable :
Frédéric Montiel, premier salon de coiffure durable 37

PRATIQUES

ENQUÊTE : Télécommunications : complexité croissante des forfaits et des factures 38
JURIDIQUE : Partenariat public-privé 41

Nouvelle adresse : breteco@orange.fr

Bretagne économique
Le rendez-vous de l'entreprise

EDITION "BRETAGNE ECONOMIQUE"
CRCI : 1, RUE DU GÉNÉRAL GUILLAUDOT
CS 14422 • 35044 RENNES CEDEX

Rédaction :
Tél. 02 99 25 41 37 - Fax 02 99 63 35 28
e-mail : breteco@orange. fr

Directeur de la publication :
JEAN-FRANÇOIS LE TALLEC

Directeur délégué :
RÉMI BILGER

Comité de rédaction :
JACQUES FEUNTEUNA – YOUENN LE BOULC'H
VANESSA ERMEL – MARIO PIROMALLI
RONAN PERENNOU – PATRICK SOLO
FRANÇOIS CLÉMENT

Responsable Publication :
VÉRONIQUE MAIGNANT : 02 99 25 41 39

Assistante rédaction et développement :
ANNIE RENAULT

Ont collaboré à ce numéro :
C. CHERON - A. LETESTU - V. MAIGNANT
S. MARSHALL - Y. POUCHARD - V. ROLLAND

Publicité : 02 99 25 41 36

Couverture : PHOVOIR-IMAGES.COM

Maquette de couverture : HOKUS POKUS

Création, maquette & photogravure : ODÉBI

Impression : CLOÎTRE IMPRIMEURS

LES CHAMBRES DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE BRETAGNE

Non à la taxe Borloo **en Bretagne**

Des chambres consulaires, Commerce, Agriculture et Métiers, aux organisations professionnelles patronales représentantes des entreprises bretonnes, c'est l'unanimité : la taxe Borloo met en péril grave la Bretagne.

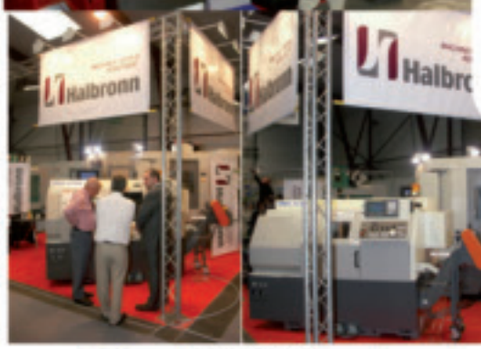
En augmentant le coût du transport par route, elle vise à inciter le report du trafic vers des modes alternatifs au camion. Mais la situation géographique fait qu'en Bretagne il n'y a pas aujourd'hui d'alternative possible au camion pour les échanges internes ou les exportations de nos productions. Taxer les camions n'aurait donc pour effet que de renchérir le coût des produits bretons et inciter à aller produire ailleurs, sans pour autant favoriser le développement du fret ferroviaire, maritime ou …fluvial !

En Bretagne, il n'y a pas de flux de transit, le transport routier est au service exclusif du territoire. Taxer les camions dans notre région, c'est donc pénaliser uniquement les flux économiques locaux, renchérir nos productions et malmener la compétitivité de notre territoire !

La taxe Borloo impactera principalement les produits de la pêche, de l'agriculture et de l'agroalimentaire qui représentent à eux seuls 40 % des flux routiers bretons en volume. Or, pour ces activités à faible taux de valeur ajoutée, le coût du transport est une composante essentielle du prix de revient. Les pénaliser dans le contexte de mutation des autres filières majeures bretonnes (TIC, automobile, construction navale, tourisme), c'est handicaper lourdement et durablement les perspectives de développement du système industriel breton.

Enfin, la taxe s'appliquera sur le réseau routier national non concédé. Compte tenu du poids de la Bretagne dans ce réseau et de la nature de nos flux, notre région contribuerait à environ 12 % du produit national de la taxe Borloo, alors même qu'elle ne représente que 4,5 % du PIB national. Les acteurs économiques bretons sont attachés à la protection de l'environnement et favorables au déploiement de modes de production et de transports durables. Cependant, les dispositions actuelles prévues pour la taxe créent une distorsion de concurrence préjudiciable au tissu économique et social de notre région et à sa contribution à l'économie nationale. Ils demandent en conséquence que ces dispositions soient reconsidérées.

Jean-François LE TALLEC
Président de la CRCI Bretagne



Salon interrégional de l'Industrie

Ouest Industries

UN SALON INDUSTRIEL DÉDIÉ AUX ÉQUIPEMENTS DE PRODUCTION ET À LA SOUS-TRAITANCE INDUSTRIELLE

2ème Edition

Rennes

PARC EXPO

21-22-23 AVRIL 2009

RENNES

5 RAISONS DE PARTICIPER

- Un bilan très positif de la 1ère édition
- Une fréquentation visiteurs importante
- Un forfait de participation très attractif
- Des rendez-vous d'affaires personnalisés
- 3ème région industrielle de France

HALL CONSACRÉ À LA MACHINE-OUTIL ET À SON ENVIRONNEMENT

- Equipements de production (machines-outils, contrôle, outils coupants)
- Sous-traitance et fournitures industrielles dans les secteurs :
  - Automobile
  - Electroménager
  - Construction navale
  - Aéronautique
  - Equipements industriels
  - Eco-activités
  - Nouvelles technologies

Horaires d'ouverture visiteurs :
- Mardi 21 avril : 10h à 18h
- Mercredi 22 avril : 10h à 22h (nocturne)
- Jeudi 23 avril : 10h à 17h

Entrée et parking gratuit

www.ouest-industries.com
info@ouest-industries.com

Service Administratif : SALON OUEST INDUSTRIES
9 rue des Charmilles - BP 11535 - 35515 CESSON SEVIGNE Cedex
Tél : 02 99 22 84 12 - Fax : 02 99 22 84 13

Région Bretagne · Chambre de Commerce et d'Industrie de Rennes · Les Chambres de Commerce et d'Industrie de Bretagne · www.sous-traiter.com · Les Acheteurs de France www.cdaf.fr · LA BOURSE de la machine-outil · EQUIP'PROD

POUR RECEVOIR LE DOSSIER D'INSCRIPTION (dossier envoyé sans engagement de votre part)

Raison sociale : .....

Adresse : .....

.....

Code postal : ..... Ville : .....

Téléphone : ..... Fax : .....

Contact : .....

A retourner au Service Administratif : SALON OUEST INDUSTRIES - 9 rue des Charmilles - BP 11535 - 35515 CESSON SEVIGNE Cedex
Tél : 02 99 22 84 12 - Fax : 02 99 22 84 13 - www.ouest-industries.com - E-mail : info@ouest-industries.com

BretagnEco P1:Bretagne economique 30/01/09 15:46 Page 1

Bretagne économique

Le rendez-vous de l'entreprise

13 Focus
Presse régionale et révolution numérique

35 Région
Accéder au marché Bio

38 Enquête
Télécoms : comment alléger sa facture ?

N°19 ❮ FÉVRIER-MARS 09 ❮ 4,20 €

Bretagne-économique.com
Le rendez-vous de l'entreprise

Bientôt en ligne

Dossier

La fonction Ressources Humaines

Donner du sens au travail, fidéliser les compétences...